

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

**TELEJORNALISMO E MITO: DA VITÓRIA ANTECIPADA AO FRACASSO DOS
"HERÓIS" BRASILEIROS NA COPA DO MUNDO PELA NARRATIVA DO
JORNAL NACIONAL**

Greetchen Ferreira Ihitz

Porto Alegre

2016

Greetchen Ferreira Ihitz

**TELEJORNALISMO E MITO: DA VITÓRIA ANTECIPADA AO FRACASSO DOS
"HERÓIS" BRASILEIROS NA COPA DO MUNDO PELA NARRATIVA DO
JORNAL NACIONAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Comunicação e Informação.

Orientador
Dr. Flávio A. C. Porcello

Porto Alegre

2016

Greetchen Ferreira Ihitz

**TELEJORNALISMO E MITO: DA VITÓRIA ANTECIPADA AO FRACASSO DOS
"HERÓIS" BRASILEIROS NA COPA DO MUNDO PELA NARRATIVA DO
JORNAL NACIONAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Comunicação e Informação.

Aprovada em: 29 de março 2016.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Flávio Antônio Camargo Porcello (orientador)
PPGCOM - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof.^a Dr.^a. Cristiane Finger Costa
PPGCOM - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Prof.^a Dr.^a. Ilza Maria Tourinho Girardi
PPGCOM - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Luiz Artur Ferraretto
PPGCOM - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Aos meus pais, Lidia e Devergil, e ao meu filho Nicholas.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Lidia e Devergil (*in memorian*), pelo exemplo de vida, integridade e perseverança.

Ao Fernando, pelo apoio, paciência e companheirismo.

Ao meu filho Nicholas, por ser eterna fonte de amor, inspiração e motivação.

Aos meus sogros Cecília e Nelson, pelo carinho e admiração.

Aos queridos amigos, Débora Sartori, Ricardo Cunha e Juliano Martins, pelos valiosos conselhos e por dividirem as angústias nesta jornada.

Aos meus colegas de mestrado, pelas ricas discussões.

Aos professores do PPGCOM da UFRGS, em especial aos da linha pesquisa Jornalismo e Processos Editoriais, pelo aprendizado.

Ao professor doutor Luiz Artur Ferraretto pelas contribuições na banca de qualificação.

À professora doutora Cristiane Finger pelas orientações na banca de qualificação e pela oportunidade de parceria na pesquisa em comunicação.

Ao amigo e orientador Dr. Flávio Porcello, por ter me dado a possibilidade de ingressar no PPGCOM, pelo conhecimento, incentivo e confiança.

Aos meus anjos da guarda por me manterem firme nesta caminhada.

“É desde a emotividade que a televisão pode condicionar a liberdade humana. É desde a emotividade que pode burlar a racionalidade. É desde a emoção que incide sobre o inconsciente”.(Joan Ferrés)

RESUMO

Esta dissertação tem como tema a Copa do Mundo de Futebol na televisão aberta brasileira. O objetivo geral é investigar como o Jornal Nacional constrói o mito do herói nas narrativas sobre os jogadores da Seleção Brasileira de Futebol antes da Copa do Mundo de 2014 e, a partir do momento que os jogadores e os resultados não inspiram confiança, verificar qual é a estratégia utilizada pelo telejornal para não se comprometer em relação à audiência. Integram o *corpus* desta pesquisa a Série Seleção, exibida antes do megaevento esportivo, e matérias veiculadas durante o Mundial de Futebol. O material foi investigado a partir da Análise de Conteúdo sistematizada por Bardin (2011). Com base nas reportagens analisadas fica evidente que o Jornal Nacional produz um discurso que constrói o herói antes da Copa do Mundo a fim de vender o produto no qual está calcada uma grande cobertura midiática. A Seleção Brasileira é apresentada como vencedora, mesmo antes da competição iniciar. Mas, quando o desempenho não é o mesmo que foi prometido nas histórias das façanhas heroicas dos atletas, a desconstrução dos personagens ganha força pelo uso do estereótipo negativo. Na fundamentação teórica deste estudo foram utilizados, entre outros, os conceitos de Campbell (1990, 2005), Eliade (1989, 2006), Jung (1977), Durand (1997), Morin (1989, 1997), Ferrés (1998), DaMatta (2006), Alsina (2009), Wolton (2006), Motta (2013) e Coutinho (2012).

Palavras-chave: Telejornalismo; Jornal Nacional; Mito; Herói; Copa do Mundo.

ABSTRACT

This dissertation has as its theme the Football World Cup in the Brazilian broadcast television. The overall objective is to investigate how the *Jornal Nacional* builds the narrative hero myth about Brazilian national football team's players before the World Cup in 2014 and, from the moment that the players and the results do not inspire confidence, find what is the strategy used by television news to don't lose their audience. The *corpus* of this research choose "Série Seleção", displayed before the mega sports event, and TV reports published during the World Cup. The investigation occurred with content analysis by Bardin (2011). Based on the reports analyzed it is clear that the *Jornal Nacional* produces a discourse that constructs the hero before the World Cup to sell the product in which it is modeled a large media coverage. Even before the competition starts, TV news present Brazilian's team as winner. However, when the promised performance is not the same, increases the deconstruction of the athletes using negative stereotypes. In the theoretical framework of this study were used, among others authors, the concepts of Campbell (1990, 2005), Eliade (1989, 2006), Jung (1977), Durand (1997), Morin (1989, 1997), Ferrés (1998), DaMatta (2006), Alsina (2009), Wolton (2006), Motta (2013) e Coutinho (2012).

Keywords: Telejournalism; *Jornal Nacional*; Myth; Hero; World Cup.

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Tabela 01 – Tempo de Conteúdo Copa do Mundo na programação	14
Gráfico 01 – Características do herói presentes nas 23 reportagens da Série Seleção ..	85
Gráfico 02 – Percentual de planos da Série Seleção	87

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Planos no telejornalismo	59
Quadro 01 – Características do herói na reportagem exibida em 07.05.2014.....	89
Quadro 02 – Características do herói na reportagem exibida em 09.05.2014.....	94
Quadro 03 – Características do herói na reportagem exibida em 12.05.2014.....	98
Quadro 04 – Características do herói na reportagem exibida em 26.05.2014.....	102
Quadro 05 – Características do herói na reportagem exibida em 30.05.2014.....	107
Quadro 06 – Características do herói na reportagem exibida em 02.06.2014.....	112
Quadro 07 – Estereótipo na reportagem exibida em 26.06.2014	119
Quadro 08 – Estereótipo na reportagem exibida em 30.06.2014	121
Quadro 09 – Estereótipo na reportagem exibida em 02.07.2014	126
Quadro 10 – Estereótipo na reportagem exibida em 03.07.2014	127
Quadro 11 – Estereótipo na reportagem exibida em 04.07.2014	129
Quadro 12 – Estereótipo na reportagem exibida em 08.07.2014	131

LISTA DE SIGLAS

AC – Análise de Conteúdo

BG – *Background*

CBF – Confederação Brasileira de Futebol

CPI – Comissão Parlamentar de Inquérito

FIFA – Federação Internacional de Futebol

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

JN – Jornal Nacional

PA – Plano Americano

PD – Plano Detalhe

PG – Plano Geral

PM – Plano Médio

PNAD – Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílio

PNT – Painel Nacional de Televisão

PP – Primeiro Plano

PPP – Primeiríssimo Plano

PSG – Paris Saint-Germain

PUCRS – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

RBS – Rede Brasil Sul de Comunicações

TV – Televisão

UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro

UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

UnB – Universidade de Brasília

USP – Universidade de São Paulo

VT – *Videotape*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 MITO, SONHO E IMAGINÁRIO	21
1.1 O mito do herói	27
1.2 O herói do futebol	34
2 NOTÍCIA E CONSTRUÇÃO DA REALIDADE SOCIAL	38
3 JORNALISMO, TELEVISÃO E AUDIÊNCIA	44
3.1 TV e telejornalismo no Brasil	48
3.1.1 O Jornal Nacional.....	50
3.1.2 Características do telejornalismo	54
3.2 Texto, imagem e som.....	56
3.3 Narrativas e dramaturgia do telejornalismo	65
3.4 O personagem de TV pelo estereótipo	69
4 COPA DO MUNDO DE FUTEBOL	72
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	79
5.1 Análise do Objeto	82
5.2 Em busca do mito do herói	88
5.2.1 O personagem David Luiz.....	89
5.2.2 O personagem Paulinho.....	94
5.2.3 O personagem Júlio César	98
5.2.4 O personagem Thiago Silva	102
5.2.5 O personagem Fred	107
5.2.6 O personagem Neymar	112
5.3 A desconstrução do personagem pelo estereótipo.....	118
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	134
REFERÊNCIAS	140
APÊNDICE	147

INTRODUÇÃO

Os caminhos que levam à realização desta pesquisa têm como grande motivação dois temas que fizeram parte da rotina profissional desta pesquisadora e que geraram inúmeras inquietações ao longo da carreira. Foram vinte anos de trabalho como editora de texto em televisão, dez dos quais dedicados ao departamento de esportes. Na editoria geral, em 2014, participou da cobertura da RBS TV, afiliada da Rede Globo, da Copa do Mundo realizada em Porto Alegre, uma das cidades-sede do Mundial. Consideramos que ao fazer parte de uma história temos condições de entendê-la com mais facilidade e, por conseguinte, proceder à análise de suas implicações com mais clareza.

A televisão completa 66 anos no Brasil, em 2016, e segue hegemônica, contrariando as previsões mais pessimistas que chegavam a apontar até mesmo o seu fim com o surgimento da internet (MILLER, 2009; FRANÇA, 2009; CANNITO, 2010). Nesse panorama que evolui a cada dia, com a grande expansão nas mídias sociais e dispositivos móveis, a TV aberta passa por uma transformação na busca pelos índices de audiência que têm se mostrado menores, mas o fato é que ela ainda se mantém como o principal meio de informação para boa parte dos brasileiros.

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015¹, a televisão continua como meio de comunicação predominante no país. Dos entrevistados, 95% afirmaram ver televisão, 72% possuem acesso à TV aberta e 79% disseram que assistem TV para se informar. Em média, os brasileiros passam 4h e 31 minutos na frente da televisão, de segunda a sexta-feira, e 4h e 14 minutos, aos finais de semana. E a faixa de maior audiência é das 20h às 20h59, na qual se encontra o Jornal Nacional da Rede Globo, o telejornal mais antigo no ar e o mais assistido no país, que é nosso objeto de estudo.

¹ A Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 foi encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e realizada pelo Ibope em 2014. Foram entrevistadas 18.312 pessoas maiores de 16 anos em 848 municípios. Disponível em: < <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2015. Outro levantamento que mostra a dimensão da TV no país é a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), realizada pelo IBGE que aponta que 63,3 milhões de domicílios no Brasil possuíam TVs em 2013, o que corresponde a 97,2% do total. Disponível em: < <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv93373.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2015.

É nesse contexto que em 2014 a emissora transmitiu a Copa do Mundo de Futebol, a segunda a ser realizada no Brasil². Detentora dos direitos de transmissão do Mundial na TV aberta no país, a Globo investe uma quantia enorme, que nunca é revelada, mas que acaba por movimentar uma grande rede de negócios da organização, entre os quais está o jornalismo. Mesmo antes do início do torneio, séries especiais são levadas ao ar nos telejornais e a cobertura começa a ser intensificada com o objetivo de promover o produto Copa do Mundo. De acordo com levantamento do Ibope Repucom-Sponsorlink, o Brasil é um país que respira esportes e o futebol continua sendo o maior deles.

Dos entrevistados, 65% se declararam muito interessados ou interessados em futebol. Os que se dizem muito interessados (42%) são considerados super fãs. E na pesquisa, quase metade dos super fãs disse que frequenta estádios e leva as famílias aos jogos, ainda consome produtos de marcas oficiais ligadas ao esporte e pratica o futebol como atividade esportiva. O meio de comunicação que pode ser considerado protagonista no cotidiano dos torcedores que consomem futebol é a televisão. Segundo o levantamento³, 77% acompanham o futebol de campo pela TV. Fora do horário das competições, a televisão também é o principal meio para buscar informações sobre os esportes favoritos para 94% dos entrevistados. Em anos de Copa a paixão dos brasileiros pelo futebol fica mais evidente. Em 2014, o tempo médio diário em frente à TV aberta⁴ foi de 5h 52 minutos e 39 segundos, foram 33 minutos a mais se comparado com a Copa de 2010.

Ao encontro desses índices, os grandes patrocinadores se fazem presentes na Copa do Mundo. A TV aberta foi o meio que mais se beneficiou com o Mundial de Futebol. Em junho de 2014 houve um acréscimo de 42% no volume investido em comparação com o mesmo período de 2013. Os valores giraram em torno de mais de 7 milhões de reais. Os gêneros que

² A primeira Copa do Mundo no Brasil foi realizada em 1950. Na ocasião, o Brasil disputou a final com o Uruguai e perdeu por 2 a 1, de virada, no Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro. A derrota ficou conhecida na história do futebol mundial como “Maracanaço”.

³ A pesquisa Ibope Repucom-Sponsorlink Brasil foi realizada em junho de 2014 e representa a população de internautas brasileiros. A amostra é de 1.000 entrevistados com mais de 18 anos nas cinco regiões geográficas Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul. Disponível em:<<http://www.ibopemedia.com/um-pais-que-respira-esportes/>>. Acesso em: 10 jul. 2015.

⁴ Pesquisa Retroperspectiva Investimento Publicitário 2014 Ibope Media- Monitor Evolution - dez.2014. Cobertura de 42 mercados de TV aberta. Disponível em:<http://www4.ibope.com.br/media/investimento_publicitario_2014/#_ga=1.155130043.209644203.1436460462>. Acesso em: 10 jul. 2015.

mais se destacaram em investimentos publicitários em 2014 foram os esportes com crescimento de 42% e o futebol com aumento de 86%.

Diante desses números não é difícil entender os motivos pelos quais a Copa do Mundo ganha tanta visibilidade na televisão. No dia da estreia do Mundial, em 12 de junho, a Globo destinou mais de 12 horas da sua programação ao evento. Só o Jornal Nacional⁵ dedicou mais de 90% do seu espaço para assuntos relacionados à Copa.

Tabela 01 – Tempo de conteúdo Copa do Mundo na programação

GLOBO 12/06/14			
PROGRAMAS	ARTE	COPA	%
Bom dia SP	01:04:55	00:59:06	91,03
Bom dia Brasil	01:03:10	00:48:16	76,41
Mais Você	01:05:04	00:41:01	74,18
Encontro com Fatima	01:05:42	00:47:43	72,62
SPTV	00:40:17	00:35:34	88,29
Globo Esporte	00:25:17	00:25:17	100
Jornal Hoje	00:45:51	00:37:11	81,09
Abertura da Copa	01:44:38	01:44:38	100
Copa do Mundo	03:06:07	03:06:07	100
SPTV 2 ed	00:21:17	00:18:54	88,80
Jornal Nacional	00:51:35	00:46:31	90,17
Central da Copa	00:48:42	00:48:42	100
Jornal da Globo	00:33:51	00:30:08	89,02
TOTAL	13:36:26	12:09:08	89,30

Fonte: Controle da Concorrência

A cobertura seguiu esse padrão durante todo o mês de junho e uma parte de julho, quando outros assuntos voltaram ao dia-a-dia, tendo em vista o desempenho considerado insatisfatório da Seleção Brasileira e a redução do número de seleções participantes, à medida que a competição foi chegando à etapa final.

Com base nos dados citados acima podemos dizer que o esporte ganha cada vez mais importância no Brasil e se fortalece pela mediação da TV. A cada megaevento esportivo acontece uma disputa pelos direitos de transmissão entre as emissoras. Em 2016, as Olimpíadas do Rio de Janeiro, as primeiras a serem realizadas na América do Sul, terão os direitos divididos por três emissoras na TV aberta: Rede Globo, Rede Bandeirantes e Rede

⁵ Controle da Concorrência é uma empresa que monitora o mercado publicitário. Levantamento realizado na cidade de São Paulo. A tabela mostra o percentual da programação normal de cada atração seguido do tempo dedicado aos assuntos relativos à Copa do Mundo. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/06/16/Globo-dedicou-90-porcento-da-grade-a-Copa.html>>. Acesso em: 30 jun. 2014.

Record. Como podemos ver, se faz necessário discutir com mais intensidade essa relação crescente permeada de interesses dúbios e avaliar o papel social do jornalismo nesse processo.

Este estudo está inserido na grande área das Ciências Sociais Aplicadas, na área da Comunicação, no campo dos Estudos em Jornalismo, mais especificamente no telejornalismo e no futebol e sua relação com o mito. Por esse motivo, dialoga com áreas como a Psicologia e a Sociologia. Sabemos que outros enfoques podem ser dados ao tema como o viés político e o econômico, o que não aprofundaremos no presente trabalho.

O problema que moveu esta pesquisa durante dois anos foi tentar entender se o Jornal Nacional, ao construir narrativas apoiadas na dramaturgia e no mito do herói, deixa a informação em segundo plano com o propósito de atrair a audiência para o Mundial de Futebol. Partimos da hipótese que o Jornal Nacional constrói o mito do herói nas narrativas sobre a Seleção Brasileira de Futebol antes da Copa do Mundo de 2014. E, a partir do momento que a equipe não atinge o desempenho esperado, a cobertura se vale de estratégias depreciativas em relação aos atletas.

O objetivo geral é investigar como o Jornal Nacional constrói o mito do herói nas narrativas sobre os jogadores da Seleção Brasileira de Futebol antes da Copa do Mundo de 2014 e, a partir do momento que os jogadores e os resultados não inspiram confiança, verificar qual é a estratégia utilizada pelo telejornal para não se comprometer em relação à audiência. Os objetivos específicos visam identificar quem são os personagens mais recorrentes que aparecem nas narrativas sobre a Seleção Brasileira de Futebol, mapear os recursos da narrativa verbal e audiovisual que identificam o mito do herói nas reportagens selecionadas e evidenciar que tipo de recursos da narrativa verbal e audiovisual estão associados aos atletas quando a Seleção Brasileira de Futebol não atinge o desempenho esperado.

Como primeira etapa desta pesquisa, para poder alcançar nosso objetivo, realizamos um mapeamento dos trabalhos acadêmicos que versam sobre mito do herói, Jornal Nacional e futebol. Centramos nossos esforços na busca por pesquisas que tratassem especificamente do telejornalismo e mito do herói e, na ausência deles, consideramos nos termos de busca palavras como herói, Copa do Mundo, futebol e Jornal Nacional, de forma mais ampla. Foram consultados o Banco de Teses e Dissertações da Capes, a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações e as bibliotecas digitais de universidades como UFRGS, PUCRS, USP, UnB e UERJ.

No Banco de Teses e Dissertações Capes⁶, nossa busca resultou em 159 trabalhos, distribuídos em um universo de abordagens em que o mito do herói é tomado a partir de diferentes perspectivas teóricas, desde a Comunicação, Psicologia, História, passando pela Linguística, Educação e Filosofia, por exemplo, o que ressalta sua multidisciplinaridade constitutiva. O mapeamento foi realizado, também, com a palavra herói, onde foram encontradas 157 ocorrências e Copa do Mundo com 68 registros. Na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações chegaram a 74 as teses e dissertações que se relacionam de alguma forma ao nosso tema.

Na biblioteca Digital da USP nossa busca teve como resultado 190 dissertações ou teses ao realizarmos a pesquisa com os termos herói, Copa do Mundo e Jornal Nacional, o que não quer dizer que esses três elementos estivessem presentes nos trabalhos. Ao delimitarmos a busca em mito do herói o quadro ficou restrito a 6 pesquisas. O mapeamento na biblioteca digital da UFRGS resultou em 172 trabalhos, mas os que realmente dialogam de maneira mais próxima com nossa pesquisa são apenas 2. Número esse que aumenta para 3 em relação à UERJ e 4 em relação à PUCRS.

O Jornal Nacional já foi objeto de inúmeros trabalhos, mas na perspectiva da construção do mito do herói em uma Copa do Mundo tendo como foco a Seleção Brasileira de Futebol, não encontramos registros nos repositórios citados acima. A dissertação “O retorno do herói – Ronaldo Fenômeno no cerne da constituição mítica e do comportamento midiático”, defendida por Marcelia Alves Pieper, na Universidade de São Paulo, em 2010, dialoga de uma maneira bem próxima em relação ao mito do herói e futebol. A pesquisa de Pieper (2010) é relevante para este trabalho, pois investiga nos jornais O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo a consolidação e a desconstrução do discurso vinculados à questão do mito no esporte, que atinge o imagético humano na medida em que há uma representação simbólica do esportista incorporando o arquétipo do herói.

O mito do herói, com foco na política, é investigado na dissertação de Angelo Carnieletto Müller “Lula: A aventura do herói através da narrativa do Jornal Nacional” defendida, em 2014, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia

⁶Essa busca restringiu-se aos seguintes repositórios: Banco de Teses e Dissertações da Capes <<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/Teses.do>>; Biblioteca Digital de Teses e Dissertações <<http://bdtd.ibict.br>>; Catálogo de Teses e Dissertações da Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS <<http://verum.pucrs.br/ppgcom>>; Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP <<http://www.teses.usp.br>>; Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da UNB <<http://bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado>>; Biblioteca Digital de Teses e Dissertações Lume UFRGS <<http://www.lume.ufrgs.br>> e na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da UERJ <<http://www.bdtd.uerj.br>>.

Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Müller (2014) apresenta um estudo sobre a representação da personalidade mítica de Luís Inácio Lula da Silva nos discursos do Jornal Nacional, tendo por base a proposta da jornada do herói de Joseph Campbell. O autor confirma, utilizando-se do método da Análise do Discurso (AD) francesa, a incidência das reportagens escolhidas como objetos de estudo em momentos que representassem a Partida, Iniciação e Retorno, além da influência do caráter mítico sobre a construção narrativa dos discursos telejornalísticos.

Outro trabalho que dialoga em relação a mito e telejornalismo é “O Casal 20 do telejornalismo e o mito da perfeição - Como a mídia constrói a imagem dos apresentadores Fátima Bernardes e William Bonner”, dissertação de mestrado de Sean Hagen defendida, em 2004, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS. O foco central da pesquisa é a imagem mítica da perfeição dos apresentadores do Jornal Nacional construída pela mídia. Tanto no âmbito das *soft* como das *hard news* de revistas, jornais e sites de informação, Fátima Bernardes e William Bonner são estruturados como um casal pleno na profissão, no amor e nas relações familiares. Usando conceitos da análise de discurso e analisando 168 textos o pesquisador constata que os apresentadores do telejornal são retratados como estrelas de moral impecável, diferentemente das celebridades sem predicados presentes na mídia atual.

Pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade de Brasília, Soraya Fonseca Pinheiro Pereira defendeu em 2008, a dissertação “Jornalismo televisivo, mito e narrativa” na qual aborda, principalmente, aspectos do mito que nos parecem relevantes. O trabalho tem por objetivo pesquisar como a presença dos mitos nas mensagens televisivas veiculadas no Jornal Nacional interfere na formação e no desenvolvimento das estruturas psíquicas já que, inconscientemente, o espectador assiste ao telejornal estabelecendo uma relação com os personagens.

Julgamos também importante para nosso referencial teórico a dissertação: “A materialização midiática da brasilidade: a cobertura do Jornal Nacional sobre a Seleção de Futebol e a narrativa da identidade brasileira”, estudo de Bianca Alvin Andrade Silveira, defendido no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, em 2010. O trabalho analisa de que maneira o Jornal Nacional representa a identidade nacional brasileira no discurso veiculado sobre a Seleção Brasileira de Futebol.

Já a pesquisa de Ricardo Ramos Carneiro da Cunha, defendida em 2015, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUCRS intitulada “Globo Rural: as estratégias da TV aberta para conquistar a audiência da agricultura familiar”, dialoga com a presente pesquisa

em relação à presença dos estereótipos fundamentados em Ferrés (1998). Ao investigar as estratégias do Globo Rural Diário (GRD) para atender e atrair a audiência da agricultura familiar, Cunha (2015) confirma que muitas vezes esse público é representado de forma estereotipada.

A dissertação de Mariana Corsetti Oselame, defendida, em 2013, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUCRS, “Fim da Notícia: o “engraçadismo” no campo do jornalismo esportivo de televisão” busca desvendar o aumento do espaço destinado ao infoentretenimento e a conseqüente diminuição do tempo dedicado ao jornalismo propriamente dito nos programas de notícias esportivas. Adotado como objeto de pesquisa, o programa Globo Esporte, da Rede Globo e afiliadas, em suas versões paulista e gaúcha, integra o *corpus* da dissertação. Assim, como no trabalho de Cunha (2015), o material também foi investigado a partir da análise de conteúdo sistematizada por Bardin, metodologia que será aplicada em nosso trabalho.

Na tentativa de testar a hipótese e atingir os objetivos propostos este estudo está dividido em cinco capítulos. O primeiro capítulo, “Mito, sonho e imaginário”, aborda o conceito de mito, a relação do mito e do sonho da psicologia profunda e também os caminhos percorridos pelas estruturas arquetípicas no imaginário. Nos apoiamos em autores como Eliade (1989, 2006), Campbell (1990, 2005), Jung (1977), Durand (1997) e Morin (1989, 1997). Discorremos sobre o mito do herói usando como fio condutor Campbell (2005), mas também nos embasamos em Hollis (2005), Ferrés (1998) e Morin (1997). Ainda estabelecemos as relações do esporte como lugar de destaque das figuras heroicas na sociedade contemporânea, principalmente, às ligadas ao futebol. Para isso, utilizamos como referencial autores como Rubio (2001), Lovisolo (2000), Helal (1990, 1999) e DaMatta (2006).

O segundo capítulo, “Notícia e construção da realidade social”, contextualiza o paradigma das notícias como construção da realidade social e a sua relação com a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e dos processos de produção, o eixo norteador se dá em autores como Traquina (2012), Wolf (2012) e Alsina (2009). O jornalismo inserido em um campo social é trabalhado em Bourdieu (2011) e o conceito das notícias narradas como histórias pelos jornalistas que utilizam a repetição e reproduzem o mito na sociedade tem referencial em Bird e Dardenne (1999) e Motta (2000 e 2002).

O terceiro capítulo, “Jornalismo, televisão e audiência”, faz uma revisão nos conceitos do “contrato pragmático fiduciário” de Alsina (2009) e do “contrato de comunicação” de Charaudeau (2007) passando pela “audiência presumida” em Vizeu (2005) e “laço social” em

Wolton (2006), que encontra um terreno fértil quando nos referimos ao futebol. Nos focamos no surgimento do telejornalismo no Brasil, na história do Jornal Nacional e nas características do telejornalismo apoiados, entre outros, em Rezende (2000), Mattos (2010), Herz (1987) e Paternostro (2006). Destacamos ainda os elementos texto, som e imagem com referencial em Curado (2002), Ferrés (1998) e Sá (1991) e aprofundamos os conceitos de dramaturgia do telejornalismo em Coutinho (2006, 2012) e de narrativas em Motta (2013). A construção do personagem de TV pelo estereótipo é fundamentada em Ferrés (1998).

“A Copa do Mundo de Futebol” ganha destaque no quarto capítulo desta dissertação de mestrado. Traçamos um breve histórico e as relações do megaevento com os índices de audiência e com os milionários direitos de transmissão, usamos como referencial autores como Duarte (1994), Lovisolo (2003) e Gastaldo (2004). O Mundial como acontecimento midiático, dividido em competições, conquistas e coroações, repetindo a fórmula presente no mito, tem o aporte de Dayan e Katz (1999).

No quinto capítulo, “Procedimentos Metodológicos”, já conhecido o objeto de nosso estudo, definimos as etapas metodológicas desta pesquisa que, utilizou como referencial teórico a Análise de Conteúdo em Bardin (2011). Para a constituição do *corpus* final desta dissertação, após a leitura flutuante proposta pela autora, definimos seis reportagens da Série Seleção (veiculadas de 07/05/2014 a 02/06/2014) e seis reportagens exibidas durante a Copa do Mundo (veiculadas de 26/06/2014 a 08/07/2014).

A escolha das matérias que integram o objeto de pesquisa foi realizada em função dos seis personagens que mais apareceram durante o *corpus* Copa do Mundo, com o propósito de comparar como esses jogadores foram mostrados antes do início do Mundial e no decorrer do mesmo. É importante salientar que o *corpus* Copa do Mundo foi escolhido, também, por apresentar de forma mais evidente as estratégias utilizadas pelo JN em relação aos jogadores quando os resultados em campo não são os esperados.

Neste trabalho as unidades de registro foram definidas como palavra, frase e personagem e a unidade de contexto, a reportagem. Com referencial teórico em Campbell (2005), foram criadas seis categorias temáticas para as características do mito do herói (vitória, amor, derrota, renascimento, persistência e desprezo) como forma de verificar a primeira parte da hipótese deste estudo. Da mesma forma que nas categorias anteriores, definimos pelo método quantitativo o primeiríssimo plano para compor os quadros de análise. Identificadas as características relacionadas à primeira parte da hipótese, prosseguimos com a exploração do material em busca da segunda parte.

No *corpus* Copa do Mundo fundamentamos nossa análise em Ferrés (1998) e tivemos indícios que a cobertura se vale de estratégias depreciativas em relação aos atletas a partir do momento que a equipe não atinge o desempenho esperado. O uso do estereótipo negativo relacionado ao aspecto emocional é destacado nos quadros de análise na narrativa verbal e na narrativa audiovisual. Ao fim do processo, as conclusões desse estudo são apresentadas nas considerações finais desta dissertação.

1 MITO, SONHO E IMAGINÁRIO

Estudar os mitos requer um mergulho em mundo mágico e instigante que nos leva a uma viagem pela psique, pelos sonhos, pelas civilizações arcaicas, suas tradições e crenças. Manifestações culturais que estão envoltas em um caráter sobrenatural da criação do Cosmos. A definição de mito não é uma tarefa fácil e para isso nos apoiamos em um dos principais estudiosos sobre o assunto. Mircea Eliade, historiador, filósofo e mitólogo que descreve o caráter múltiplo e complexo de interpretação do mito:

[...] o mito conta uma história sagrada, relata um acontecimento que teve lugar no tempo primordial, o tempo fabuloso dos “começos”. Noutros termos, o mito conta como, graças aos feitos dos Seres Sobrenaturais, uma realidade passou a existir, quer seja a realidade total, o Cosmos, quer apenas um fragmento: uma ilha, uma espécie vegetal, um comportamento humano, uma instituição. É sempre, portanto, a narração de uma “criação”: descreve-se como uma coisa foi produzida, como começou a existir. (ELIADE, 1989, p. 13).

O mito fala do real, segundo o autor, de algo que ocorreu definitivamente e assim se manifestou, ou seja, uma história que pode ser considerada verdadeira. Prova disso, seriam o mito cosmogônico que fala da existência do mundo e o mito da origem da morte, que pode ser provado em virtude do homem ser mortal. Os personagens do mito são deuses, seres sobrenaturais, conhecidos por seus feitos nos primórdios da humanidade e em consequência das suas intervenções no mundo “o homem é o que é hoje, um ser mortal sexuado e cultural” (ELIADE, 1989, p.13). Dessa maneira, podemos fazer uma aproximação do ontem e do hoje. Se o homem moderno considera-se constituído pela História, o homem primitivo acreditava ser o resultado de eventos míticos que ocorreram nos primórdios da humanidade. Nas sociedades onde o mito permanece vivo, como em tribos africanas e indígenas, Eliade (1989) explica que os mitos constituem uma “história verdadeira”, por se tratar das origens do mundo e todos os seres divinos que dela participaram. Já as “histórias falsas” são caracterizadas como contos e fábulas que são desprovidos de qualquer base e que podem ser contados em qualquer ocasião. Ao contrário dessas falsas histórias, os mitos para serem passados adiante requerem um ritual específico. Assim, eles estão associados a ritos, como cerimônias de iniciação, de passagem da infância para a adolescência, nascimento, casamentos, morte. É pela repetição desses ritos que o homem das sociedades arcaicas recorda os mitos, os reatualiza e ensina aos mais jovens os segredos da origem das coisas. Esses momentos são dotados de um poder mágico, religioso e esotérico. O iniciado ao conhecer a origem das coisas ganha o poder de

dominá-las, uma crença que pode ser encontrada em diversas culturas espalhadas pelo planeta.

Ao recitar os mitos, reintegra-se àquele tempo fabuloso e a pessoa torna-se, conseqüentemente, “contemporânea”, de certo modo, dos eventos evocados, compartilha da presença dos Deuses ou dos Heróis. Numa fórmula sumária, poderíamos dizer que, ao “viver” os mitos, sai-se do tempo profano, cronológico, ingressando num tempo qualitativamente diferente, um tempo “sagrado”, ao mesmo tempo primordial e indefinidamente recuperável (ELIADE, 2006, p. 21).

O mito, dessa forma, exerce uma função de codificação e manutenção de crenças, dos princípios morais, dos rituais e fornece regras práticas para serem usadas pelo homem. Campbell (2005, p. 21) considera esses ritos como um rompimento com a vida que ficou para trás, normalmente os iniciados nesses rituais passam por um isolamento e quando retornam é como se tivessem renascido. “A função primária da mitologia e dos ritos sempre foi a de fornecer os símbolos que levam o espírito humano a avançar, opondo-se àquelas outras fantasias humanas constantes que tendem a leva-lo para trás”. Ao partilhar dos conceitos da psicologia analítica de Carl G. Jung⁷, Joseph Campbell, mostra a relação existente entre a mitologia e os sonhos:

O sonho é o mito personalizado e o mito é o sonho despersonalizado; o mito e o sonho simbolizam, da mesma maneira geral, a dinâmica da psique⁸. Mas, nos sonhos, as formas são distorcidas pelos problemas particulares do sonhador, ao passo que, nos mitos os problemas e soluções apresentados são válidos diretamente para toda a humanidade (CAMPBELL, 2005, p. 27-28).

É sobre os sonhos, sua importância, significados e a relação com o inconsciente que Carl Jung debruçou-se nas pesquisas sobre a psicologia analítica. Ele explica que o homem utiliza a palavra escrita ou falada quando quer se comunicar e a sua linguagem possui diversos símbolos.

Assim, uma palavra ou uma imagem é simbólica quando implica alguma coisa além do seu significado manifesto e imediato. Esta palavra ou esta imagem têm um aspecto “inconsciente” mais amplo que nunca é precisamente definido ou de todo explicado. E nem podemos ter esperanças de defini-la ou explicá-la (JUNG, 1977, p. 20).

⁷ Carl Gustav Jung foi o fundador da psicologia analítica. O psiquiatra e psicoterapeuta suíço desenvolveu os conceitos de personalidade extrovertida e introvertida, arquétipos e inconsciente coletivo. (N.A.).

⁸ O conceito de psique, na psicologia analítica, abrange todos os pensamentos, sentimentos e comportamentos, sejam eles conscientes ou inconscientes. É a personalidade do sujeito que se apresenta através da psique. (N.A.).

A compreensão de muitos fenômenos ainda está fora do alcance da mente humana e por isso, segundo Jung (1977), utilizamos termos simbólicos para explicar o que não compreendemos, um exemplo seriam as religiões. Se o homem faz um uso consciente desses símbolos, ele também produz símbolos de forma inconsciente, que se dão pelos sonhos. E esses símbolos podem ser produzidos por materiais subliminares, materiais que, muitas vezes, incluem pensamentos racionais ou não, percepções, intuições, impulsos, um enorme espectro de emoções. Todo esse material tornar-se inconsciente porque o consciente não tem lugar para ele. Um mecanismo necessário para dar lugar a novas ideias, conforme o psiquiatra:

[...] além de memórias de um passado consciente longínquo, também pensamentos inteiramente novos e idéias criadoras podem surgir do inconsciente – idéias e pensamentos que nunca foram conscientes. Como um lótus nascem das escuras profundezas da mente para formar uma importante parte de nossa psique subliminar (JUNG, 1977, p. 38).

Por esse motivo, as ideias e imagens que estão nos sonhos não podem ser consideradas apenas como memórias, na verdade, elas expressam novos pensamentos que não chegaram ao consciente. Pelo seu caráter contraditório e completamente diferente das nossas ideias diurnas, os sonhos são difíceis de serem compreendidos, causam estranheza e, por isso, temos uma tendência a ignorá-los. Para os psicólogos, os sonhos são fonte de análise por permitirem desvendar os aspectos relevantes do inconsciente que possuem raízes praticamente invisíveis no pensamento consciente. Para Jung (1977), o que os psicólogos chamam de participação mística ou identidade psíquica foi afastado do mundo objetivo do homem, em virtude da racionalização. Porém, de acordo com o psiquiatra, são essas associações inconscientes que dão ao homem primitivo um caráter fantástico de atribuir poderes a animais e plantas. Já no homem moderno, essas associações estão abaixo do limite da consciência e, se por ventura elas aparecerem, causam um estranhamento e a sensação de que algo está errado. James Hollis (2005), escritor e analista junguiano, acredita que o homem moderno está inserido em uma sociedade com grande empobrecimento espiritual que nos afasta cada vez mais do lugar de origem, lugar esse que é expresso pelo mito:

[...] o mito talvez seja o constructo psicológico e cultural mais importante do nosso tempo. Não é apenas porque o conceito de mito tem se degenerado, na sabedoria popular, em um sinônimo de falsidade. Ou que o mito, como tem sido dito, é a religião de outras pessoas. O fato é que, em uma cultura comprometida com o mundo da matéria, o acesso ao mundo invisível – que o mito torna possível, junto com seus dois principais instrumentos, metáfora e símbolo – nunca foi tão crucial, para permitir algum equilíbrio do espírito (HOLLIS, 2005, p.10).

Barthes (1980) confere ao mito o caráter de fala, de um sistema de comunicação. O autor acredita que tudo poder ser considerado um mito já que ele não se define pelo objeto da sua mensagem e sim pela maneira com que essa mensagem é proferida, pela sua forma. A fala é considerada uma mensagem e não é necessariamente oral, sendo formada por escritas ou representações: “o discurso escrito, assim como a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade, tudo isto pode servir de suporte à fala mítica” (BARTHES, 1980, p. 132). No mito está presente um esquema tridimensional no qual significante, significado e signo estão presentes. Barthes o considera um sistema de significação de ordem secundária que é marcado e demarcado pela conotação, o que é signo no primeiro sistema pode se converter em significante do segundo.

De acordo com Jung (1977, p. 90) “a origem dos mitos remonta ao primitivo contador de histórias, aos seus sonhos e às emoções que a sua imaginação provocava nos ouvintes”. Para poder se aventurar na análise dos sonhos, ele diz que é essencial ao psicólogo o conhecimento de outras atividades do inconsciente e da mitologia no seu sentido mais amplo. Afinal, o inconsciente é dirigido por tendências instintivas, arcaico-mitológicas. Quando Jung (s.d) fala de inconsciente temos que deixar claro ao que ele se refere. Os conteúdos do inconsciente pessoal são chamados de complexos afetivos e os conteúdos do inconsciente coletivo⁹ são denominados de arquétipos:

Os arquétipos são [...] dotados de iniciativa própria e também de uma energia específica que lhes é peculiar. Podem, graças a esses poderes, fornecer interpretações significativas (no seu estilo simbólico) e interferir em determinadas situações com seus próprios impulsos e suas próprias formações de pensamento. Nesse particular, funcionam como complexos; vão e vêm à vontade e, muitas vezes, dificultam ou modificam nossas intenções conscientes de maneira bastante perturbadora (JUNG, 1977, p. 79).

Segundo Jung, na experiência prática os arquétipos unem imagem e emoção, pois quando carregada de emoção a imagem ganha energia psíquica e pode trazer as mais variadas consequências. Essas imagens estão profundamente ligadas aos indivíduos em virtude das emoções e devem ser interpretadas de acordo com o ambiente no qual está inserido cada indivíduo.

Os mitos se organizam com coerência dentro das civilizações e a esta organização damos o nome de imaginário. Não pretendemos aqui explorar as vertentes teóricas que

⁹ Para Jung o inconsciente coletivo é a parte da psique que tem características instintivas, é inato e herdado. Seus conteúdos e modos de comportamento são os mesmos em todos os lugares e em todos os homens. (JUNG, s.d, p.10).

conceituaram o imaginário, mas apresentar algumas das principais conceituações referentes ao tema. O antropólogo francês Gilbert Durand (1997) define imaginário como:

[...] o conjunto de imagens e relações de imagens que constitui o capital pensado do *homo sapiens* – aparece-nos como o grande denominador fundamental onde se vêm encontrar todas as criações do pensamento humano. O imaginário é esta encruzilhada antropológica que permite esclarecer um aspecto de uma determinada ciência humana por outro aspecto de uma outra (DURAND, 1997, p. 18).

Para Durand (1997) todo o pensamento humano se dá na forma de representação e se configura através das articulações simbólicas. Dessa forma, influencia a constituição dos indivíduos, culturas e sociedades ao contemplar as relações antropológicas e as manifestações arquetípicas. Segundo ele, o mito é:

Um sistema dinâmico de símbolos, arquétipos e esquemas, sistema dinâmico que, sob o impulso de um esquema, tende a compor-se em narrativa. O mito é um esboço de racionalização, dado que utiliza o fio do discurso, no qual os símbolos se resolvem em palavras e os arquétipos em idéias (DURAND, 1997, p. 63).

De acordo com Benetti (2004, p. 1) de uma maneira sintetizada podemos dizer que “para Durand, a morte – e o tempo, que a simboliza – é o motor da angústia humana, e o homem cria imagens por meio das quais possa superá-la”. As imagens são estruturadas por Durand em dois regimes: o diurno e o noturno. O regime diurno reúne as imagens que dividem o mundo em opostos, corresponde um regime de expressão e de raciocínio filosófico ao qual o autor chama de “racionalismo espiritualista”.

Neste regime, a resolução da morte e da passagem do tempo se dá simbolicamente pelo herói que enfrenta o monstro. O regime noturno reúne as imagens que unem os opostos e conciliam; neste regime, há dois tipos de simbolização possíveis: ou o homem cria um universo harmonioso no qual possa entrar, ou estabelece uma visão cíclica do tempo em que toda morte significa, ao mesmo tempo, renascimento (BENETTI, 2004, p. 1).

Michel Maffesoli (2001, p. 80) ao interpretar o conceito presente nas “Estruturas Antropológicas do Imaginário” diz que para Durand o “imaginário é a relação entre as intimações objetivas e a subjetividade. As intimações objetivas são os limites que a sociedades impõem a cada ser. Relação, portanto, entre as coerções sociais e a subjetividade”. Para Maffesoli (2001), o imaginário não pode ser visto com algo de cunho racional, psicológico ou sociológico, pois carrega consigo um mistério da criação, o imponderável. Além disso, é uma força que pode ser definida como social, mas com uma ordem espiritual,

ambígua e que não pode ser quantificada. Assim como a aura¹⁰ de Walter Benjamin, uma atmosfera que envolve a obra e que a ultrapassa, mas que não pode ser vista. Para que o imaginário exista deve haver um conjunto de imagens, imagens essas vistas como o resultado e não como suporte. O imaginário, segundo o pensador francês, é pouco individual e impregna o coletivo. Pode ser, então, grupal, tribal ou comunitário:

Na maior parte do tempo, o imaginário dito individual reflete, no plano sexual, musical, artístico, esportivo, o imaginário de um grupo. O imaginário é determinado pela ideia de fazer parte de algo. Partilha-se uma filosofia de vida, uma linguagem, uma atmosfera, uma ideia de mundo, uma visão das coisas, na encruzilhada do racional e do não-racional (MAFFESOLI, 2001, p. 80).

Juremir Machado da Silva (2003) acredita no imaginário como uma língua na qual o indivíduo entra à medida que compreende e aceita as suas regras e participa dele pelos chamados atos da fala imaginal, que seriam as vivências. O indivíduo também tem o poder de alterar o imaginário por ser igualmente um agente imaginal, ou seja, o ator social em situação. Segundo Silva (2003, p. 9) “o imaginário é uma rede etérea e movediça de valores e de sensações partilhadas concreta ou virtualmente”. Morin (1997) define que o imaginário se estrutura a partir de arquétipos, é um sistema que permite a projeção mágica, religiosa ou estética ao dar vida aos nossos desejos, necessidades, angústias e temores. Nele os sonhos de realização e felicidade do homem são libertos, assim como os seus monstros interiores.

As grandes mitologias contêm, de maneira misturada, as diferentes virtualidades e os diferentes níveis do imaginário. Mas, cada grande mitologia possui suas próprias estruturas, e cada cultura orienta relações próprias entre os homens e o imaginário. Uma cultura, afinal de contas, constitui uma espécie de sistema neurovegetativo que irriga, segundo seus entrelaçamentos, a vida real de imaginário, e o imaginário de vida real (MORIN, 1997, p. 81).

No imaginário um dos arquétipos mais conhecidos e que se mantém vivo, há séculos, é a figura do herói.

¹⁰ Walter Benjamin define aura como uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja. Seus principais elementos são a autenticidade e a unicidade. A autenticidade é constituída pelo “aqui e agora” da obra de arte, pela substância da obra, localizada no espaço e no tempo, a partir da qual sua tradição é formada. A unicidade consiste no caráter único e tradicional da obra de arte. Seu fundamento está ligado ao valor de culto, à sacralização que remonta à origem da obra. (BENJAMIN, 1994, p. 167- 170-171).

1.1 O mito do herói

O mito do herói aparece na mitologia clássica grega e romana, na Idade Média, no Extremo Oriente e nas tribos primitivas contemporâneas. Na Grécia Antiga, o poeta épico Homero deu o nome de herói aos homens que possuíam coragem e méritos superiores, em virtude disso, eram os favoritos entre os deuses (CAMPBELL, 1990). Para o poeta Hesíodo, os heróis eram o fruto da união de um deus e uma mortal ou de uma deusa e um mortal. Um exemplo seriam Perseu e Hércules, filhos de duas mortais e do deus do raio Zeus. Campbell (2005), norte-americano que dedicou a vida ao estudo e interpretação do mito, acredita que o psicólogo é o moderno guardião ou o velho sábio que ajuda o herói nas provas da sua jornada. Ao considerar o herói como arquétipo ele descreve sua manifestação como sendo:

[...] o homem ou mulher que conseguiu vencer suas limitações históricas pessoais e locais e alcançou formas normalmente válidas, humanas. As visões, idéias e inspirações dessas pessoas vêm diretamente das fontes primárias da vida e do pensamento humanos. Eis por que falam com eloquência, não da sociedade e da psique atuais, em estado de desintegração, mas da fonte inesgotável por intermédio da qual a sociedade renasce. O herói morreu como homem moderno; mas, como homem eterno – aperfeiçoado, não específico e universal –, renasceu. Sua segunda e solene tarefa é, por conseguinte (como o declara Toynbee e como o indicam todas as mitologias da humanidade) retornar ao nosso meio, transfigurado, e ensinar a lição de vida renovada que aprendeu (CAMPBELL, 2005, p. 28).

A aventura do herói tem um caminho comum representado nos rituais de passagem: separação – iniciação – retorno, ao qual o mitólogo chama de unidade nuclear do monomito. A partida ou separação é o momento no qual o herói é convocado pelo destino, recebe o chamado da aventura. Normalmente, existe um arauto ou agente que anuncia a aventura e que pode ser a primeira barreira a ser transposta pelo herói. Às vezes, esse chamado se dá por acaso, por um fenômeno que desvia o herói dos caminhos comuns do homem. Cabe a ele responder ou não a esse chamado e, para os que não o recusam, ocorre o encontro com uma figura auxiliar que vai protegê-lo contra as forças titânicas. Campbell (2005) infere que a relação e os sentimentos despertados nessa fase estariam relacionados com os momentos da primeira separação da mãe sugeridos por Sigmund Freud, que se repetem a cada momento de separação que enfrentamos em nossas vidas.

A iniciação é composta por diversas aventuras do herói ao longo do percurso, um caminho perigoso, de provas, tentações e conquistas. Na sua caminhada, o herói chega ao ventre da baleia, que tem o significado de desapego do ego, quando o aventureiro deve deixar de lado o orgulho, a virtude, a beleza, e dedicar-se ao seu trabalho, por mais intransponível

que ele possa parecer. No seu caminho também existe o encontro com a deusa que representa um “casamento místico”. A representação nada mais é que o encontro do amor pelo herói de coração bom, a mulher que o atrai e guia representa a vida e ele deve ser seu conhecedor e mestre.

Ao seguir a aventura, o herói deve compreender o seu lugar no mundo. A crença em Deus (Pai) ou na própria jornada faz com que o herói encontre no sentido da aventura a confiança para prosseguir. Essa etapa consiste no enfrentamento com o pai, ou seja, os ordenamentos que antes tinha como fundamentais e, depois do conhecimento, precisam ser questionados. O pai apresentará os segredos ao herói que deles se apropria e acaba por se tornar, o pai. Seguindo o percurso temos a apoteose, que se dá quando a iluminação se faz presente na alma do herói. É a “condição divina que o herói humano atinge quando ultrapassa os últimos terrores da ignorância. [...] o potencial liberador que se encontra dentro de todos nós, e que todos podem alcançar”. (CAMPBELL, 2005, p.145). A bênção última representa a confirmação do caráter especial do herói.

O retorno é o momento no qual o aventureiro volta para casa abençoado pelas forças dos deuses ou, se não for esse o caso, empreende uma fuga e é perseguido por prodígios de obstrução e evasão mágica. Nessa viagem de volta, ele carrega os ensinamentos, a sabedoria e os poderes adquiridos ao longo da jornada. São dois tipos de proeza: uma física na qual enfrenta terríveis monstros e salva uma vida e a proeza espiritual na qual o herói aprende a lidar como mundo espiritual e retorna com uma mensagem.

O mitólogo defende que o herói pode passar por transformações ao longo do tempo, em virtude do avanço das civilizações. O ciclo cosmogônico que se dava pela ação dos deuses passou a ser executado através dos heróis de caráter mais humano, por meio dos quais é cumprido o destino do mundo. Campbell (2005, p. 311) afirma que sempre houve uma tendência de dotar o herói de poderes extraordinários desde que nasceu: “[...] isso está de acordo com a concepção segundo a qual a condição de herói é algo que se está predestinado, e não algo simplesmente alcançado [...]”. A infância miraculosa representa a manifestação especial do princípio divino que se materializou no mundo. O tema do exílio na infância e do retorno do mesmo é uma característica proeminente em toda lenda, conto folclórico e mito.

Para Campbell (2005) o herói possui uma infinidade de faces, dependendo do olhar que se lance em cada cultura. Ele pode ser protagonista da religião, como Buda, dos contos de fadas, do folclore, das mitologias e acaba representando as várias fases de uma mesma história. Ao longo da jornada, o herói demonstra as virtudes das quais é dotado e passa por

uma série de obstáculos. Essas características¹¹ o acompanham em sua perigosa caminhada e justificam os motivos pelos quais recebeu o chamado à aventura:

- Amor – os poderes divinos sempre estiveram presentes no coração do herói, ele é dotado de talento para obter a benção do amor, que é a própria vida. Dessa maneira, ele simboliza uma imagem redentora e criadora que se encontra escondida em cada ser humano.
- Coragem – a fim de realizar a tarefa para a qual foi chamado o herói precisa deixar os medos de lado e enfrentar o percurso desconhecido e sombrio da iniciação. É uma radical transferência do mundo externo para o mundo interno da psique.
- Persistência – ao vencer as limitações locais e pessoais e se manter determinado na jornada, embora possa fraquejar em algum momento, o herói persiste no seu objetivo pré-determinado. Podemos dizer que é a luta contra todos os medos internos do ser humano que precisam ser dominados.
- Proteção – O primeiro encontro da jornada do herói se dá com uma figura protetora, a qual pode ser um ancião, uma anciã, fada-madrinha ou uma virgem, no caso das lendas dos santos cristãos. Essas figuras oferecem ao aventureiro amuletos de proteção contra as forças obscuras que ele vai enfrentar. São a representação do poder benigno e protetor do destino.
- Fé – Em um mundo desconhecido e cheio de perigos, o herói se apega aos deuses, às divindades protetoras do universo e crenças mais profundas para seguir em sua caminhada. Quando encontra seu Deus, o herói encontra a si mesmo, ambos são entendidos como a parte externa e interna de um único mistério auto-refletido.
- Desprezo – Apesar de ser dotado de dons excepcionais e geralmente respeitado pela sociedade da qual faz parte, o herói pode não receber o reconhecimento merecido ou ser objeto de desdém. Ele ou o mundo no qual está inserido sofrem de uma deficiência simbólica. Cabe ao herói reafirmar a sua condição e trazer de volta a confiança, que pode se traduzir como uma autoafirmação da personalidade.

¹¹ Ao longo da obra *O Herói de Mil Faces*, Campbell (2005) apresenta as características do herói que aparecem em diversas mitologias, fábulas e religiões da humanidade. A classificação acima é fruto das inferências da autora desta pesquisa a partir do que é descrito na obra.

- Derrota – No sombrio caminho interior ao qual se propôs trilhar, o herói pode perder, em algum momento, no campo de batalha. Local que simboliza o campo da vida no qual o sentimento de culpa pode deixar o coração amargurado, seguido de uma recusa em prosseguir. Os que persistem no caminho demonstram o amadurecimento psicológico. Nesses momentos, assim como no início da jornada, o herói pode contar com a ajuda de forças sobrenaturais.
- Vitória – Após executar as provas e alcançar o objetivo proposto o herói faz a passagem pelo limiar do retorno, que o leva do reino místico à terra cotidiana. Ele pode chegar até esse caminho através das suas forças internas, resgatado com ajuda externa ou conduzido por divindades orientadoras.
- Sabedoria – O herói volta para sua terra ou comunidade com a benção obtida que restaura o mundo, também chamada de elixir. Traz ensinamentos na sua reintegração à sociedade.
- Renascimento – Ao voltar o herói reemerge do reino do terror no qual enfrentou diversas provações e, por vezes, até a morte. O significado é o renascer para uma nova vida, após ter enfrentado seus fantasmas internos. É a passagem da infância para a maturidade.

O mito do herói está presente nos sonhos dos indivíduos, as suas histórias variam em termos de detalhes entre as civilizações, mas guardam uma fórmula universal. As façanhas do herói atravessam gerações e a sua jornada tem uma grande importância para a psicologia profunda em termos de afirmação da personalidade individual e para a sociedade, ao promover uma identidade coletiva (HENDERSON, 1977).

Como mencionamos anteriormente, em muitas das histórias referentes ao herói, no seu estágio inicial onde o protagonista parece fraquejar, aparecem figuras de guardiões ou tutores que o ajudam a executar tarefas impossíveis ao homem comum. O herói grego Teseu, por exemplo, tinha como protetor Poseidon, deus do mar, Aquiles por sua vez contava com Quíron, o sábio centauro conhecedor da medicina. Esses personagens são representações simbólicas da psique total, entendida por Henderson (1977, p. 112) “como a entidade maior e

mais ampla que supre o ego¹² da força que lhe falta”. Para o autor, é atribuição essencial do mito heroico:

[...] desenvolver no indivíduo a consciência do ego – o conhecimento de suas próprias forças e fraquezas – de maneira a deixá-lo preparado para as difíceis tarefas que a vida há de impor. Uma vez passado o teste inicial e entrando o indivíduo na fase de maturidade da sua vida, o mito do herói perde a relevância. A morte do herói assinala, por assim dizer, a conquista daquela maturidade (HENDERSON, 1977, p. 112).

Dessa maneira, podemos dizer que o herói evolui na sua jornada e reflete cada estágio da evolução da personalidade humana. Ao falarmos em evolução cabe aqui vislumbrarmos o papel do mito do herói na atualidade. Ao longo dos séculos o mito passou por transformações, nas sociedades arcaicas possuía caráter mágico-religioso e era considerado uma história verdadeira da origem da criação do universo. No mundo antigo as elites gregas esvaziaram seu significado e se voltaram para a Filosofia rigorosa e sistemática de Sócrates e Platão. Porém, o pensamento mítico não foi abolido em seu todo e sim incorporado ao pensamento filosófico. O cristianismo judaico deu ao mito o significado de ilusão ou mentira, por ele não estar legitimado nos dois Testamentos. Mas ele sobreviveu no cristianismo rural, no paganismo. Através da arte e da literatura os mitos divinos e heroicos se mantiveram nas sociedades estabelecendo a vitória do *logos* (razão) sobre os *mythos* (lendas) (ELIADE, 2006).

Campbell (2005) enfatiza que nas sociedades contemporâneas, a evolução da indústria e o desenvolvimento do método científico fizeram com que a humanidade chegasse à idade adulta. Assim sendo, o mito onírico deu lugar à consciência plena, à racionalização, e os vestígios da antiga herança humana do ritual entraram em declínio. Para o autor, se nas sociedades primitivas o sentido residia no grupo, nas formas anônimas, podemos dizer que hoje todo sentido está no indivíduo. O homem foi dividido em dois e a comunicação entre o consciente e inconsciente foi cortada.

A tarefa do herói a ser empreendida hoje, não é a mesma do século de Galileu. Onde então havia trevas, hoje há luz; mas é igualmente verdadeiro que, onde havia luz, hoje há trevas. A moderna tarefa do herói deve configurar-se como uma busca

¹² Para Sigmund Freud, criador da teoria psicanalítica clássica, a psique é dividida em Id, ego e superego. O ego é o componente da personalidade que lida com o mundo exterior e suas demandas práticas. Ele permite ao indivíduo perceber, resolver problemas e testar a realidade, entre outros. Biblioteca Virtual Psicologia Brasil. Disponível em: <<http://newpsi.bvs-psi.org.br/cgi-bin/wxis1660.exe/iah/>>. Acesso em: 26 mai. 2015.

destinada a trazer outra vez à luz a Atlântida perdida da alma coordenada (CAMPBELL, 2005, p. 373).

Alinhado a esse paradigma, Hollis (2005) diz que, apesar de vivermos em um mundo que tolhe cada vez mais o indivíduo, o herói de hoje está em cada um de nós, embora tenhamos um acesso restrito a ele:

O mitologema¹³ do herói é uma personificação da energia necessária para servir à agenda transpessoal da vida, especialmente suas consequências desenvolvimentistas. Somos trazidos aqui, e todas as células de nosso corpo sabem disso, para tornarmos-nos, para florescer, para florir. Ao mesmo tempo, existem forças enormes que se opõem a esse desenvolvimento (HOLLIS, 2005, p. 71).

Podemos dizer, segundo o autor, que a missão do herói na contemporaneidade está presente nas vidas de pessoas humildes que enfrentam jornadas exaustivas de trabalho e situações de emprego degradantes para sustentar a família. Também pode ser vista nas pessoas que sacrificam seus interesses e abrem mão do pessoal em prol da coletividade. Mesmo a sociedade não lhes conferindo status de heróis, elas renovam o mundo a cada dia. Segundo Hollis (2005, p. 10) “em nossa sociedade superficial transferimos nossas próprias aspirações pelo heroico para os outros, concedendo tal status aos astros de cinema, aos atletas, às celebridades de todos os tipos [...]”.

É o que Morin (1989) afirma ao falar das estrelas de cinema. As projeções e identificações com o herói dos filmes acontecem espontaneamente ou por sugestões de índices ou signos. O homem sempre projetou na sua própria imagem os seus desejos e temores, expressando uma necessidade de se superar na vida e na morte:

As coisas e pessoas do universo da tela são imagens, duplos. O ator desdobra-se no seu papel de herói. A projeção do espectador no herói corresponde a um movimento de duplicação. Esse desdobramento triplo, se assim se pode dizer, favorece a formação do mito. Sua conjugação faz desabrochar a estrela ao dotar o ator real de potencialidades mágicas. Para além da imagem, projeções míticas se fixam numa pessoa concreta e carnal: a estrela (MORIN, 1989, p. 67).

Ao estudar as estrelas femininas e masculinas do cinema de 1910 a 1960, o pensador argumenta que as femininas carregam os traços da beleza e a sua personalidade, basicamente, derivada de um arquétipo de apaixonada. Já a personalidade masculina está associada a

¹³ Mitologema é um elemento ou tema isolado, em qualquer mito. Os temas da ascensão ou declínio são mitologemas. A busca do herói reúne dois mitologemas: o herói e a busca, cada um dos quais possui uma linhagem e um significado separados, e ao mesmo tempo engrandecem um ao outro. (HOLLIS, 2005, p. 10).

qualidades heroicas. Com isso, as estrelas femininas e masculinas são dotadas de características sobre as quais se desenvolvem processos de idealização e divinização. Porém, Morin (1989) destaca que essas características não estão presentes em uma categoria particular de estrelas: as cômicas. Para Morin (1989), os heróis que essas estrelas encarnam são tímidos, feios, tagarelas e ridículos, mas também, são “ídolos de multidões”. A maior de todas essas estrelas, segundo o autor, é Charles Chaplin, famoso por representar o personagem “Carlitos”, na época do cinema mudo. As estrelas cômicas, muitas vezes, são vistas como ingênuas ou idiotas, mas segundo Morin (1989, p. 149): “o herói cômico é também um herói que se ocupa do mal a fim de purificar os outros. Ele detém virtualmente um poder mítico e sagrado”.

O espanhol Joan Ferrés (1998) destaca que os mecanismos de identificação e de projeção¹⁴ também se desenvolvem no telespectador em relação às pessoas que representam os personagens cinematográficos e televisivos. As estrelas são arquetípicas e, por esse motivo, ocorre a identificação do inconsciente coletivo. No caso da TV, Ferrés (1998, p. 114) afirma que “a voracidade com que as pessoas consomem qualquer informação sobre as estrelas e a veneração com que assistem suas aparições televisivas torna manifesta a necessidade de compensações afetivas com as quais funciona o psiquismo humano”. Dessa maneira, esses personagens públicos cumprem a função de satisfazer as necessidades emocionais dos telespectadores, encarnando desejos e compensando frustrações. Para o autor, as estrelas são uma demonstração do caráter metonímico da sedução¹⁵:

Desde o adormecimento da racionalidade se produz uma desconstrução da realidade mediante a fragmentação, o ocultamento das dimensões negativas e o ofuscamento que produzem as positivas. Desde o fascínio mediante processos de transferência a partir das dimensões positivas que foram isoladas, o seduzido constrói uma nova realidade, uma realidade ideal que pouco tem que ver com a primeira (FERRÉS, 1998, p. 115).

De acordo com Ferrés (1998), a paixão do indivíduo pelas estrelas se dá por elas serem o espelho que reflete o inconsciente coletivo. Assim, as estrelas exercem a sedução por terem

¹⁴ A identificação se produz quando o espectador assume emocionalmente o ponto de vista de um personagem considerando-o reflexo de sua própria situação ou de seus sonhos e esperanças. A projeção produz-se quando o espectador verte uma série de sentimentos próprios sobre um dos personagens. Ambas são mecanismos de transferência, realizados com frequência de maneira inconsciente (FERRÉS, 1998, p. 96).

¹⁵ A sedução é a busca inconsciente do Eu no Outro. Na experiência de se deixar seduzir, reflete-se uma busca e, em consequência, uma aceitação da própria limitação. O sujeito vive a si mesmo como ausência, como carência, como limitação. Consequentemente, no elemento sedutor o sujeito está contemplando a si mesmo em suas expectativas, em seus desejos e ânsias (FERRÉS, 1998, p.71).

muito de narcismo¹⁶. Nas comunicações audiovisuais ganham destaque porque há uma incidência mais direta sobre o imaginário individual e coletivo.

Os meios de massas audiovisuais são precisamente uma gigantesca indústria de sonhos e mitos, uma poderosa indústria de criação de associações emotivas. Com seu extraordinário poder para a manufatura de sonhos impõem aquelas imagens mentais que, a partir dos desejos e emoções que geram ou refletem, orientarão a futura conduta dos sonhadores (FERRÉS, 1998, p. 43).

É a partir dessa forte conexão com a emoção e com o inconsciente que as indústrias do espetáculo, incluindo a esportiva, criam suas estrelas as quais ganham contornos de veneração e geram padrões de comportamento e modelos de vida reverenciados por toda uma coletividade.

1.2 O herói do futebol

O esporte ocupa um dos lugares mais destacados quando falamos em atitudes heroicas, na sociedade contemporânea. Os obstáculos vencidos pelos profissionais de alto rendimento nos campos, piscinas e pistas podem ser comparados aos antigos campos de batalha do herói mítico. Katia Rubio (2001) afirma que não é apenas pelas disputas que o atleta se identifica com a figura do herói:

O caminho para o desenvolvimento dessa identidade envolve etapas comuns ao mito: há uma chamada para a prática esportiva, que em muitos casos significa deixar a casa dos pais e enfrentar um mundo desconhecido e, por vezes, cheio de perigos. Sua chegada ao clube representa a iniciação, propriamente dita, um caminho de provas que envolve persistência, determinação, paciência e um pouco de sorte. A coroação dessa etapa é a participação na Seleção Nacional, seja qual for a modalidade, lugar reservado aos verdadeiros heróis, onde há o desfrute dessa condição (RUBIO, 2001, p. 99).

A autora destaca que no imaginário social a vida do atleta é tida como uma sucessão de facilidades e fama, em consequência do sucesso financeiro. Ao ser visto durante o espetáculo esportivo, que normalmente não ultrapassa duas horas, o jogador é invejado pela condição vitoriosa, mesmo que tenha passado por derrotas ao longo da carreira, no entanto:

¹⁶ Para o autor, no fundo de toda experiência sedutora há uma experiência narcisista. O narcisismo da experiência sedutora torna-se manifesto quando se nota que no seduzido se ativam as dimensões mais profundas e contraditórias do seu psiquismo. Ativa-se o *eros*, porque ao se deixar seduzir, o sujeito revela uma atitude de busca da plenitude vital, de busca do absoluto. E o *thanatos*, porque ao se deixar seduzir, o sujeito se aliena, perde-se, dilui-se (FERRÉS, 1998, p. 71).

[...] o trajeto percorrido até a condição de titular de um time profissional ou de uma Seleção Nacional é repleto de provas de resistência e de persistência (RUBIO, 2001, p.175).

É na sociedade midiaticizada, que se constitui em um espaço privilegiado de produção de discurso, que estão esses heróis contemporâneos dos espetáculos esportivos de diversas modalidades. Espetáculos que não teriam sentido sem as figuras mitológicas. “Sem essas figuras ele perderia a força, e sabemos que assistimos a ele tanto pelo prazer do jogo coletivo quanto por aquele gerado pelos desempenhos individuais (LOVISOLO, 2000, p. 16)”. O esporte é o lugar onde a relação mítico-religiosa continua a se dar, se o considerarmos com um rito. Tanto em relação ao próprio evento, ao jogo de futebol com suas regras de início, meio e fim, aos jogadores e seus ritos e também em relação ao torcedor e sua paixão. O espectador tem toda uma devoção e uma ritualística individual de torcer, mas ao mesmo tempo esse comportamento ganha adesões na comunidade na qual ele está inserido estabelecendo um laço social. Ronaldo Helal (1990) ao analisar as características do esporte moderno diz que ele começou na Inglaterra, logo após a Revolução Industrial e tinha um caráter laico, profano sem nenhuma relação com as divindades, tornando-se um evento secular. Porém, ao longo de diversos períodos o esporte também foi adquirindo o caráter sagrado e esses períodos foram ganhando alternância. Na atualidade, apesar de toda a evolução técnica e tecnológica pelas quais passou, inclua-se aí o futebol, podemos dizer que o esporte tem cada vez mais o caráter do sagrado. Um dos principais fatores para que essa sacralização se dê é justamente a participação dos meios de comunicação que tornam o esporte um produto midiático:

Um fenômeno de massa não consegue se sustentar por muito tempo sem a presença de “heróis”, “estrelas” e “ídolos”. São eles que levam as pessoas a se identificarem com aquele evento. Eles representam a nossa comunidade, frequentemente sobrepujando obstáculos aparentemente intransponíveis (HELAL, 1998, p. 6).

O futebol é o esporte onde essas relações podem ser vistas com mais clareza, pelas paixões que desperta, pelo caráter simbólico e tudo que com ele carrega. DaMatta (2006, p. 95) associa o futebol no Brasil, à figura de um burro simbólico possuidor de largas caçambas. “Para uns seria a possibilidade de lucro e de altas vendas, para a maioria, seria a afirmação que esse tal de “Brasil”, que todo mundo assalta e não resolve, vale alguma coisa”. Essa relação e seu imbricamento com a política, a economia e a ideologia começou em 1895 quando Charles Miller, um paulista filho de ingleses, voltou ao Brasil após dez anos de estudos na Inglaterra, trazendo na bagagem duas bolas de couro, camisas e um livro de regras

sobre futebol. Inicialmente o novo esporte foi difundido no meio industrial e aristocrático, era considerado uma atividade elitista para jovens ricos e brancos. Com o tempo, o futebol também começou a ser praticado pelas classes menos favorecidas e, a partir de 1933 ao se profissionalizar, ganhou o caráter sacralizador sendo comparado a uma religião (HELAL, 1990).

Para DaMatta (2006), numa perspectiva marxista, o esporte tem ligação com aspectos da vida burguesa ao disciplinar as massas numa lógica contratual clara que exige que todos cheguem ao estádio no horário e paguem para ter acesso ao espetáculo. Além disso, o sistema do *fair-play*¹⁷, que prega que o importante não é a vitória e sim a luta, faz todos acreditarem que são jogadores com oportunidades iguais. Dessa forma, são afirmados os valores capitalistas como o individualismo e o igualitarismo, o que contribui para a socialização de uma justiça burguesa universalista.

Não foi, então, por mero acaso que o esporte como um domínio social (e como uma “indústria cultural”) tenha surgido com o advento da sociedade industrial de mídia e de massa. Este sistema hoje tem a hegemonia planetária operando – sabemos bem – através do mercado, do dinheiro, da possibilidade de compra e venda do trabalho e de uma massa humana urbana socializada universalisticamente, sendo capaz de acatar as leis que – repito – valem, como assevera o credo burguês (e o esporte) para todos (DaMATTA, 2006, p. 151).

Ao relativizar a importância da vitória, o esporte ajuda a reduzir o peso das derrotas, tirando delas o caráter definitivo. O ódio e o ressentimento podem ser sublimados a partir do momento que novos confrontos se darão e quem perde hoje, pode ser campeão amanhã. Segundo DaMatta (2006, p. 163), o futebol “é uma importante agência de dramatização da sociedade brasileira”. Afinal, é a atividade que de alguma maneira une uma sociedade desigual na hora de torcer e proporciona ao povo uma experiência de vitória e êxito ao sofrer e vibrar pelo seu clube e heróis. Nessa mesma perspectiva, o futebol torna latente o sentimento de igualdade e justiça social. E é por unir o formal com o informal e as leis com a realidade que no Brasil “o futebol se transformou num campo imbatível de todo o tipo de emoções” (DaMATTA, 2006, p.165).

Como vimos, o futebol é um terreno extremamente fértil para a produção de ritos e mitos na sociedade contemporânea, principalmente os relacionados ao herói. “Dotados de talento e carisma, o que os singulariza e diferencia dos demais, estes “heróis” são paradigmas

¹⁷ *Fair play* ou jogo limpo está vinculado à ética no meio esportivo. A expressão nasceu em 1896, durante as primeiras Olimpíadas da Era Moderna, em Atenas. O organizador dos jogos, Barão de Coubertin, idealizou a filosofia por meio da frase: “Não pode haver jogo sem *fair play*”. O principal objetivo da vida não é a vitória, mas a luta. (N.A.).

dos anseios sociais e, através das narrativas de suas trajetórias de vida, uma cultura se expressa e se revela” (HELAL, 1999, p. 39). Essas narrativas construídas pela mídia encontram maior significado ao considerarmos o futebol com um fenômeno de comunicação que produz imagens e mensagens, constituindo-se e um lugar onde o público se identifica e se une em torno de um grande espetáculo.

Todo esse processo tem seus caminhos atrelados à psique, ao imaginário e também à maneira pela qual as notícias são construídas pelos jornalistas, principalmente, na televisão. Notícias narradas com histórias que tem muito da dramaturgia e acabam por reproduzir o mito na sociedade.

2 NOTÍCIA E CONSTRUÇÃO DA REALIDADE SOCIAL

Para analisarmos como as notícias reproduzem o mito precisamos entender de que maneira elas são produzidas pela comunidade de jornalistas. Nesta pesquisa, nos filiamos ao paradigma das notícias como construção da realidade social que surgiu nos anos 70 e deu como superada a premissa das notícias como espelho da realidade. “As notícias são o resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da *comunidade profissional*, dentro e fora da organização” (TRAQUINA, 2012, p. 174).

Segundo Traquina (2012), poucas profissões têm sido objeto de tanta crítica e falta de prestígio da sociedade quanto o jornalismo. Os jornalistas e as empresas nas quais eles trabalham recebem críticas em relação à falta de notícias ou a divulgação das chamadas más notícias. Porém, o pesquisador português lembra que são poucas as atividades que estão imbuídas de tanta responsabilidade quanto a do jornalista. Os profissionais cumprem a função diária de levar para os cidadãos a realidade retratada através da notícia. Para o autor, o papel central do jornalismo na democracia é informar o público sem censura.

Uma série de pesquisadores dedicaram seus estudos a entender o processo da notícia como construção e concluíram que os jornalistas, embora tratem as notícias como “estórias” e não acontecimentos, negam o viés da notícia como uma narrativa. Ao enquadrar, definir uma ideia principal que dê sentido aos acontecimentos considerados relevantes, o jornalista acaba sugerindo um tema e oferece definições de uma realidade social, ou seja, conta “estórias”. O que não quer dizer, segundo os estudos, que a notícia possa ser fictícia. (TUCHMAN (1976); GITLIN (1980); HALL (1984); ROEH (1989); BIRD e DARDENNE(1999)).

Para Wolf (2012, p.194), o *newsmaking* se articula em dois pontos principais: “a cultura profissional dos jornalistas; a organização do trabalho e dos processos de produção. As conexões e as relações entre os dois aspectos constituem o ponto central desse tipo de pesquisa”. De acordo com o sociólogo, os elementos da cultura profissional se entrelaçam com as características da organização do trabalho e isso define os conjuntos de fatores que os eventos devem possuir ou apresentar aos olhos dos jornalistas para serem transformados em notícias. Wolf (2012, p. 202) define a noticiabilidade como: “o conjunto de elementos por meio dos quais o aparato informativo controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimentos que servirão de base para a seleção das notícias”. Ele afirma que os valores-notícia são um componente da noticiabilidade e “derivam de admissões implícitas ou de considerações relativas a: os caracteres substantivos das notícias, o seu conteúdo; a

disponibilidade do material e os critérios relativos ao produto informativo; o público e a concorrência” (WOLF, 2012, p. 207). Segundo o autor, a primeira ordem diz respeito ao evento ser transformado em notícia; a segunda refere-se ao conjunto de processos de produção e de realização; a terceira, à imagem que os jornalistas têm dos destinatários; e a última, às relações entre os meios de comunicação de massa no mercado da informação.

Traquina (2008) nos mostra que os valores-notícia são um elemento central da cultura jornalística e aponta que os estudos sobre os conteúdos dos media noticiosos chegam a uma conclusão geral de que as notícias apresentam um padrão estável e previsível:

[...] deve-se à existência de critérios de noticiabilidade, isto é, à existência de valores-notícia que os membros da tribo jornalística partilham. Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável, e por isso, possuindo “valor-notícia” (“*newsworthiness*”). (TRAQUINA, 2008, p. 63).

É ao que Bourdieu (1997) se refere quando afirma que os jornalistas constroem as notícias através de óculos especiais, ou seja, selecionam e trabalham a informação através da sua percepção, formação, lógicas da profissão. Nesse sentido, também não podemos esquecer que as mudanças estruturais no jornalismo afetaram as rotinas produtivas e as pressões sobre os jornalistas dentro das redações. Érik Neveu (2006) analisa essas mudanças e diz que elas redefiniram as competências profissionais.

O aumento dos imperativos comerciais nos grupos de imprensa fragilizou a autonomia do trabalho jornalístico. Essas evoluções foram acompanhadas de ataques aos princípios deontológicos, o que contribuiu para uma degradação da imagem social dos jornalistas (NEVEU, 2006. p. 157).

Ao observar o crescimento do campo econômico sobre o jornalismo a partir dos anos 80, Neveu (2006) cita o domínio crescente dos departamentos comerciais das empresas de comunicação sobre as redações. Dessa maneira, o trabalho dos jornalistas é vítima “da tesoura da redução de custos combinada com a caça à audiência” (NEVEU, 2006. p. 162). Nesse contexto também se faz fundamental entender que o jornalismo está inserido em um campo social, conceito trabalhado por Bourdieu (2011). Para o intelectual francês os campos sociais constituem espaços simbólicos diversos, onde agentes fazem parte, operando, ditando regras e formando uma rede de valores constitutivos. Estes campos, apesar de autônomos, não são

independentes, pois os espaços se entrelaçam e cada indivíduo participa de vários campos ao mesmo tempo, exercendo papéis distintos com graus diversos de importância. Como um espaço de luta, o indivíduo pode estar na posição de dominante ou de dominado, o que vai ser determinante para isso são os recursos que possui. O grau de autonomia de um campo sofre a influência de fatores internos e externos e ele só vai ser legitimado a partir do seu grau de independência. Para conquistar maior autonomia o campo precisa que suas demandas internas sejam mais importantes do que as externas, reforçando aquilo que o define e o diferencia de outros campos.

Às regras do jogo empreendidas dentro do campo e reconhecidas pelos seus jogadores, Bourdieu conceitua como *habitus*. Para o sociólogo, é um “princípio gerador de estratégias inconscientes ou parcialmente controladas tendentes a assegurar o ajustamento às estruturas de que é produto tal princípio” (BOURDIEU, 2011, p.160). O *habitus* pode ser visto como um sistema de classificação que produz esquemas que orientam a maneira de ver, pensar e agir. Outro conceito apresentado é *illusio*, que seria uma forma específica de interesse que os agentes sociais possuem em estarem envolvidos no jogo. Esses agentes percebem que a questão social que se passa dentro do campo é importante para os envolvidos e deve ser perseguida.

O que vai determinar o poder dentro e fora de um campo é a quantidade de recursos acumulados pelo indivíduo, ao que Bourdieu denomina capital. Esses recursos não se constituem apenas pelo viés econômico, mas podem ser vistos também em relação ao social, ao cultural e ao simbólico. Dependendo da posição que o indivíduo ocupa dentro do campo, vai valorizar certo tipo de capital. A partir do momento que o indivíduo ou a instituição tiverem mais capital específico acumulado, maior a chance de exercer o poder simbólico:

[...] é necessário saber descobri-lo onde ele se deixa ver menos, onde ele é mais completamente ignorado, portanto, reconhecido: o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem (BOURDIEU, 2012, p. 7).

De acordo com o sociólogo, o poder simbólico pode ser visto como uma dominação cultural e, ao ser invisível, reforça as relações assimétricas de força e ativa as noções de luta de classes.

Diferentemente de Bourdieu, Thompson (2002, p. 131) infere que o poder simbólico acaba por ativar os sentidos de cumplicidade e a crença na legitimidade do poder, tem a [...] capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações e crenças de

outros e, na verdade, de também criar acontecimentos através da produção e transmissão de formas simbólicas”. Para o autor, a mídia pode ser vista como uma instituição paradigmática de exercício do poder simbólico que se dá através dos meios de comunicação.

Ao construir a notícia¹⁸ o jornalista trabalha em três mundos possíveis e que estão inter-relacionados : o mundo “ real”, o mundo de referência e o mundo possível (ALSINA, 2009). O mundo “real” é o mundo dos fatos e dos acontecimentos que possuem um sentido à primeira vista e com o qual o jornalista se depara através de uma fonte ou que ele produz ao testemunhar um fato. Assim, o jornalista se apropria de um modelo interpretativo partindo de um mundo de referência, o que vai permitir que construa um mundo possível que dará origem a sua versão da realidade.

O mundo possível é o mundo narrativo construído pelo sujeito enunciador, a partir dos outros dois mundos citados. Se no mundo “real” era produzida a verificação e no mundo de referência era determinada a verossimilhança, no mundo possível se desenvolve a veracidade. O enunciador deve fazer com que pareça verdade o mundo possível que ele mesmo constrói. E para isso lança mão das marcas de veracidade que lhe permitem criar uma ilusão de referência, que é a condição necessária para a virtualidade do discurso (ALSINA, 2009, p. 310).

É a partir do seu mundo de referência que o jornalista vai relatar as histórias lançando mão dos seus recursos conscientes e inconscientes, as imagens mentais de que já falamos aqui no capítulo sobre o mito. Como vive em meio a constantes crises e conflitos essas imagens vão ajudá-lo no momento de interpretar os fatos. Nesse sentido encontramos aporte teórico em Luiz Gonzaga Motta (2000).

Essa rede de “constantes simbólicas”, ricas de significações vai ajudá-lo a interpretar, a dar sentido ao real que ele manipula, a colocar ordem no caos, a dar contornos aos fatos observados, ajudando-o a organizar a sua linguagem narrativa na forma de uma reportagem (MOTTA, 2000, p. 2).

Como sabemos, não é só no momento da redação do texto pelo repórter que a notícia ganha seu contorno final, ela ainda passa pelo crivo de outros profissionais da redação até chegar ao leitor, ouvinte ou telespectador. Em todo esse processo o consciente e o inconsciente estão presentes no fazer jornalístico.

Apesar da objetividade e da busca pela veracidade, o jornalista não se afasta do mundo mítico. De acordo com Motta (2002) as notícias podem ser vistas como uma forma de

¹⁸ Para Alsina a notícia é uma representação social da realidade cotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível (ALSINA, 2009, p. 299).

transmissão cultural e que primam pela repetição. “A recorrência regular de conteúdos diversos (crimes, denúncias, corrupção, julgamentos, punições, vitórias, derrotas, recompensas) reforça as percepções de padrões culturais, modelos éticos e arquétipos no inconsciente coletivo” (MOTTA, 2002, p. 67). Na mesma linha Bird e Dardenne (1999) acreditam que as notícias podem ser vistas como um mito, pois colocam ordem na desordem, falam do bem e do mal, trazem explicações para temas complexos através das narrativas ritualísticas. E, na contemporaneidade, ao ler, assistir ou ouvir uma notícia os indivíduos acabam por repetir um ritual diário. Como vimos anteriormente, ao nos apoiarmos em Campbell (2005) e Eliade (2006), é pelos ritos que os mitos acabam se repetindo e mantendo.

O mito só tem significado no contar; os temas e os valores culturais só existem se forem comunicados. Obviamente não existe um único mito ou narrativa que seja meramente repetido; no entanto, para continuar a ter força, os mitos devem ser constantemente recontados. Mais, os temas são rearticulados e reinterpretados ao longo do tempo, temas que provêm da cultura e para a qual retornam (BIRD e DARDENNE, 1999, p. 267).

Para Ferrés (1998), no caso da televisão, pode-se dizer que o meio agrada porque conta histórias, é o reino do relato, da fabulação. E os relatos exercem um fascínio porque incidem no emocional e promovem uma oportunidade do indivíduo encontrar a si mesmo e dar sentido às pulsões internas e externas. Por isso, o autor acredita que o espetáculo televisivo é uma experiência mítica, o espectador verte os desejos sobre as imagens originando um sentido para elas e, ao mesmo tempo, recebe um sentido das mesmas:

Efetivamente, o mito é uma história que tem a força do símbolo básico, do símbolo que tem conexão com a experiência humana mais profunda. O mito tem ao mesmo tempo a atração do relato e a atração do significado profundo, embora muitas vezes este não seja percebido de maneira consciente (FERRÉS, 1998, p. 94).

No mesmo viés, Motta (2002) sustenta que as notícias são um sistema simbólico que narra o contemporâneo e acaba por invadir o terreno do mito, porque ao serem interpretadas pelo indivíduo adquirem um caráter de histórias, uma espécie de fábulas da vida moderna. Mas, o autor enfatiza que não se pode afirmar que as notícias sejam pura ficção:

Na sua intencionalidade estratégica, entretanto, elas não deixam de ser relatos plenos de verossimilhança, porque é a verossimilhança externa, esse compromisso com a história, que lhes confere credibilidade para continuar contando e repetindo os temas arquetípicos, que lhes assegura a legitimidade para instalar-se como fonte das fábulas contemporâneas (MOTTA, 2002, p. 67).

Para o autor, a percepção do que ocorre no dia-a-dia é cada vez menos testemunhal e cada vez mais mediada pelos meios tecnológicos e os mitos, que antes ficavam restritos à psicanálise, contos infantis e romances, agora se reciclaram e migraram para as notícias. Em todo esse processo da mídia como reprodutora do mito na sociedade, o público, também chamado de audiência, tem um papel fundamental.

3 JORNALISMO, TELEVISÃO E AUDIÊNCIA

A primeira função da informação da mídia, segundo Alsina (2009) é o “fazer saber”, mas para que esse fazer ocorra é necessário que acreditemos que a informação dada pela mídia é real. Para isso, a mídia propõe o que o autor chama de contrato pragmático fiduciário, que tem o objetivo de fazer crer que tudo o que é dito é verdade, ao mesmo tempo em que a mídia pede à audiência que confie no seu discurso informativo. Para que esse discurso seja verídico é necessário que sejam mostradas as fontes que o jornalista ouviu, citados depoimentos e usados dados que legitimem as informações e não gerem qualquer tipo de dúvidas. Mas, pode haver o paradoxo, a desconfiança por parte da audiência de que aquilo que está sendo dito não corresponde a fatos reais ou não retrata com fidelidade a maneira pela qual os fatos se deram. Dessa maneira, há uma quebra nesse contrato e a função de informar perde a utilidade e a credibilidade, o principal capital simbólico do jornalismo.

Patrick Charaudeau (2007) acredita que ao relatarmos um acontecimento, as mídias constroem uma representação que toma o lugar de realidade. Para o autor, o ato de comunicação se baseia na troca entre duas instâncias: a de produção e a de recepção. A primeira instância está ligada ao fator econômico, já que as mídias são empresas e o plano financeiro interfere na produção informacional. Na instância de recepção está o público que consome a informação midiática e que vai interpretar as mensagens de acordo com sua bagagem. Entre essas duas instâncias temos uma terceira descrita como instância do texto, que seria o produto midiático. O discurso se encontra materializado em texto justamente neste espaço. Dessa maneira, quando se analisa um texto, seja ele midiático ou não, o que se procura são os possíveis sentidos que podem ser atribuídos a ele, o que Charaudeau denomina de possíveis interpretativos. Para ele, a construção do sentido só é possível através da linguagem numa situação de troca social. E toda troca linguageira se realiza num quadro de cointencionalidade, ou seja, é necessário que produtores e receptores reconheçam quais são as situações de troca.

Assim, os dois polos estariam ligados por uma espécie de acordo prévio, chamado pelo autor de contrato de comunicação. Nesse contrato os jornalistas, como instância de produção, devem tentar deixar a informação o mais interessante possível para atrair o público, um fazer complexo. Além de ser o mais fiel possível aos fatos, o profissional constrói representações, recebe da empresa uma previsão de quem seja o seu receptor. Num momento em que vivemos uma situação de audiências flutuantes em multiplataformas midiáticas, o desafio é cada vez mais complexo para o sujeito que produz a notícia.

Em relação às audiências Charaudeau acredita em dois alvos pelos quais os receptores podem ser analisados: o intelectual e o afetivo. O alvo intelectual tem a capacidade de avaliar o que recebe como informação dependendo da credibilidade que confere a quem informa. “Um alvo intelectual é um alvo ao qual se atribui a capacidade de pensar” (CHARAUDEAU, 2007, p. 80). O interesse do público está no grau de utilidade da informação para orientar sua conduta e de que maneira ela pode ser usada para estabelecer relações de convívio e poder. O alvo afetivo não avaliaria nada de forma racional, mas pelo inconsciente através de reações emocionais. Para atingir esse alvo a mídia constrói categorias codificadas de representações das emoções, como o inesperado, o repetitivo, o insólito, o inaudito, o enorme e o trágico. “No processo de construção da instância-alvo pela instância midiática, alvo intelectual e alvo afetivo se misturam e interagem. É nessa interação que tem origem a opinião pública” (CHARAUDEAU, 2007, p. 82).

Ao adotar o conceito de contrato de comunicação de Charaudeau, Alfredo Vizeu (2005) busca entender como os jornalistas de televisão constroem antecipadamente a audiência a partir das rotinas produtivas, da cultura profissional e organizacional e como esse processo imaginário influencia as decisões dos editores no âmbito da seleção das notícias e da construção da estrutura do telejornal. A partir da sua pesquisa de campo na redação de dois telejornais de duas emissoras de Vitória, no Espírito Santo, Vizeu formulou a hipótese de audiência presumida:

[...] os jornalistas constroem antecipadamente a audiência a partir da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras da redação), da língua e das regras do campo das linguagens, para no trabalho da enunciação, produzirem discursos. E o trabalho que os profissionais do jornalismo realizam, ao operar sobre os vários discursos, resulta em construções que, no jargão jornalístico, podem ser chamadas de notícias (VIZEU, 2005, p. 94).

Na sua pesquisa da tese de doutorado, Vizeu (2005) percebeu que o jornalista ao produzir a notícia se vale de uma ideia intuitiva sobre os telespectadores. Ou seja, os editores trabalham com uma noção de quem os assiste do outro lado da tela. Por isso, editam o material, escolhem as entrevistas e as imagens de uma reportagem sempre se colocando no lugar do telespectador. Dessa maneira, Vizeu (2005, p. 69) acredita que “a televisão fabrica sua audiência, assim como fabrica os noticiários”.

O conceito desenvolvido por Vizeu (2005) parte do termo audiência utilizado por autores como Bourdieu, que sabemos, tem importância fundamental no modo como as notícias são construídas. Ao se referir à televisão, o sociólogo francês nos traz as implicações

que a audiência tem em relação ao produto notícia que sofre influência direta do departamento comercial. A lógica da audiência nas redações envolve o publicar o quanto antes a notícia exclusiva que vai afetar o concorrente.

Na lógica específica de um campo orientado para a produção desse bem altamente perecível que são as *notícias*, a concorrência pela clientela tende a tomar a forma de uma concorrência pela prioridade, isto é, pelas notícias mais novas (o furo) – e isso tanto mais, evidentemente, quanto se está mais próximo do polo comercial. (BOURDIEU, 1997, p. 106 - 107).

Na ânsia por vencer a concorrência e pressionado pelo fator tempo, muitas vezes, o jornalista não se dá conta que muitos desses furos permanecem ignorados pelos telespectadores e são motivo de orgulho apenas entre a comunidade profissional, que costuma ver tudo o que sai na imprensa, atitude que dificilmente será praticada pela audiência. Contrário às críticas a respeito da televisão elaboradas por muitos intelectuais europeus, entre eles Bourdieu, o sociólogo francês Dominique Wolton (2006) defende que a televisão não manipula os telespectadores e sim os influencia, porque o público sabe assistir ao conteúdo televisivo: “ Não é jamais passivo. Nem neutro. O público filtra as imagens em função de seus valores, ideologias, lembranças, conhecimentos... Em poucas palavras, o público é inteligente” (WOLTON, 2006, p. 6). De acordo com o autor, o público fica preso a programas de baixa qualidade, não por ser bobo, mas por não ter uma qualidade na oferta. O que reforçaria a responsabilidade dos produtores de informação.

Wolton (2011, p. 71) acredita que os profissionais das redações têm um papel fundamental na sociedade, pois “não há informação-notícia sem jornalistas para produzi-las e, principalmente, para dar-lhes legitimidade”. A televisão, para o sociólogo, continua sendo um instrumento de promoção cultural e igualdade de acesso, o que seria uma das causas principais do seu sucesso. Assim como Alsina (2009), quando se refere ao contrato pragmático fiduciário, Wolton nos traz a ideia de que o público confia na televisão e acredita que aqueles que a fazem vão apresentar o que é mais interessante e importante, realizando uma seleção das grandes questões do momento. A quebra dessa relação de igualdade e de confiança seria o que de pior poderia acontecer com a televisão. O contrato de confiança entre os espectadores e quem faz a televisão generalista¹⁹, poder ser visto como uma delegação de generalidade.

Wolton (2006) defende que televisão não pode ser dissociada de uma teoria da

¹⁹ Wolton escolheu os termos generalista e fragmentada para referir-se, respectivamente, aos modelos de televisão aberta e fechada. Na edição de 2006 por um erro de tradução foi utilizado os termo “geralista”, o qual não adotamos. (N.A.).

democracia de massa, pois é o seu elemento central. O sociólogo acredita que a TV generalista desempenha um papel democrático importante ao estabelecer o laço social:

[...] o espectador, ao assistir a televisão, agrega-se a esse público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente, estabelecendo assim, como ele, uma espécie de laço invisível. É uma espécie de *common knowledge*, um duplo laço e uma antecipação cruzada. “Assisto a um programa e sei que outra pessoa o assiste também, e também sabe que eu estou assistindo a ele”. Trata-se, portanto, de uma espécie de laço especular e silencioso (WOLTON, 2006, p. 124).

Em uma sociedade fragmentada que tende cada vez mais para o individual, a televisão generalista, pública ou privada, está direcionada para todos permitindo uma participação livre e simultânea de atividades coletivas. Para o sociólogo, o mais importante acaba sendo não o que vemos na TV, mas a conversa que tem origem em torno daquilo que vimos. Dessa maneira, a televisão se transforma em um objeto de conversação que se dá num primeiro momento em casa e depois fora dela. Por estar em um espaço nacional de comunicação a televisão constitui o laço social de uma comunidade nacional. De acordo com Wolton (2006), a televisão pode ser vista como um espelho da sociedade:

Se ela é seu espelho, isso significa que a sociedade se vê – no sentido mais forte do pronome reflexivo – através da televisão, que esta lhe oferece uma representação de si mesma. E ao fazer a sociedade refletir-se, a televisão cria não apenas uma imagem e uma representação, mas oferece um laço a todos aqueles que a assistem simultaneamente (WOLTON, 2006, p.124).

A programação ao ser instituída em uma grade possibilita que o telespectador veja o que lhe agrada, mas ao mesmo tempo, faz com que ele se oponha a ver outros programas que não despertam seu interesse. Segundo Wolton (2006, p. 134), essa tomada de consciência, apesar de irritante, constitui uma escola de tolerância, afinal se esses programas estão na grade é porque interessam a alguém: “[...] é uma prova que os gostos dos “outros” até podem ser tão legítimos quanto os nossos!”.

O autor critica as técnicas de observação de audiência, que como já vimos em Vizeu (2005), constituem um imaginário em torno do qual os jornalistas trabalham nas redações. Wolton diz que as sondagens colocam em risco o conceito de grande público, para ele indefinível e distinto da soma de públicos. “A dificuldade de criar o grande público, a sua instabilidade e a sua incerteza refletem na dificuldade da televisão generalista: ela precisa, a cada dia, seduzir e mobilizar um público que não existe, mas que é, na verdade, a única coisa que lhe confere vida e sentido” (WOLTON, 2006, p. 127).

O grande público²⁰, segundo o autor, é o símbolo da televisão e, em um sentido estrito, é o que lhe dá valor.

A tentativa de seduzir o público mediante conteúdos televisivos iniciou no Brasil na década de 50. Se anteriormente o rádio e o cinema eram os responsáveis por despertar o imaginário dos brasileiros, a chegada da televisão provocou uma grande transformação no país.

3.1 A TV e o telejornalismo no Brasil

Foi pela iniciativa pioneira do jornalista Assis Chateaubriand que entrou no ar em 18 de setembro de 1950 a TV Tupi - Difusora de São Paulo. Dois dias após o lançamento, foi ao ar o primeiro telejornal da televisão brasileira: o Imagens do Dia. Em janeiro de 1952, a mesma emissora, lançou um segundo noticiário: o Telenotícias Panair, que tinha o nome do patrocinador, uma característica da época, mas que era produzido pela equipe de jornalismo da TV (REZENDE, 2000). No mesmo ano, pela TV Tupi do Rio de Janeiro, foi ao ar o telejornal que fez história no país: O Seu Repórter Esso. Com uma adaptação do noticiário radiofônico de nome Repórter Esso, o programa era veiculado em horário nobre e conhecido pelo slogan “testemunha ocular da história”. O telejornal não era produzido na redação das emissoras, mas por uma agência de publicidade, a *McCann Erickson*, que o entregava o pronto. O Seu Repórter Esso terminou em 31 de dezembro de 1970.

A década de 60 marcou a chegada dos primeiros *videotapes* ao país, encomendados para registrar a inauguração de Brasília, a nova capital. As máquinas provocaram mudanças na maneira do fazer televisivo. A possibilidade de gravar os programas reduzia os custos das emissoras e os erros na programação. Porém, um dos símbolos do avanço no telejornalismo ocorreu em 1962, quando a TV Excelsior lançou o Jornal de Vanguarda que tinha como diferencial apresentadores que eram cronistas especializados vindos do meio

²⁰ Para Wolton, a noção de grande público tem duas origens. Inicialmente, há a transformação da turba em massa e em público, resultado da domesticação do número, no fim do século XIX e começo do XX. O “grande público” apareceu como a face nobre desse problema do número, sendo seu correspondente no domínio político o sufrágio universal e a emergência do termo “democracia de massa”. Ou seja, o grande público é sempre identificado com a sociedade de massa e relacionado à ideia de elevação no nível de vida com a abertura de mercados de grande consumo; na política está relacionado ao nascimento da opinião pública. A segunda origem, também vinculada à sociedade de massa, vem da ideia do espetáculo, o grande público é o público das mídias de massa (rádio, cinema e televisão). É um público numeroso e indistinto socialmente, cuja composição não obedece a um corte sociográfico. (WOLTON, 2006, p. 125).

impresso. O telejornal era criativo, com visual dinâmico e usava caricaturas e bonecos falantes:

A qualidade jornalística desse noticiário causou um impacto enorme pela originalidade de sua estrutura e forma de apresentação distinta de todos os demais informativos o *Jornal Vanguarda*, além do prestígio no Brasil, obteve o reconhecimento no exterior. Recebeu, na Espanha, em 1963, o prêmio Ondas, como melhor telejornal do mundo e foi utilizado por McLuhan - um dos teóricos da comunicação de maior projeção - em suas aulas sobre comunicação (REZENDE, 2000, p. 107).

O telejornal foi extinto no regime militar pela própria equipe para evitar que o noticiário fosse perdendo suas características em função da censura. Outra experiência diferenciada foi colocada em prática na TV Bandeirantes de São Paulo, em 1970, com o telejornal Titulares da Notícia. Inicialmente, o principal atrativo era a apresentação da dupla sertaneja Tônico e Tinoco nas notícias referentes ao interior do estado. Na mesma década, o jornal passou por uma reformulação, deu voz ao depoimento popular e valorizou o trabalho do repórter atribuindo-lhe a tarefa de divulgar as notícias, com o objetivo de ganhar maior credibilidade já que não era mais um locutor a transmitir a informação e sim alguém que participava da cobertura dos acontecimentos (REZENDE, 2000).

Desde os primórdios das transmissões em preto e branco, passando por várias etapas e tecnologias, até a era digital, a TV tem uma trajetória de mais de seis décadas que está fortemente associada aos impactos sociais, econômicos e políticos vividos no país. O critério político foi o responsável pelas concessões de canais de TV distribuídas no governo do presidente Juscelino Kubitschek (1956-1961) e depois, durante os governos militares pós-1964. A partir de 1967, com a implantação do Ministério das Comunicações, as concessões de licenças passaram a levar em conta os ideais do Conselho de Segurança Nacional, que tinha por objetivo promover o desenvolvimento e a integração nacional. (MATTOS, 2010).

O favorecimento político para as concessões de canais prosseguiu também na Nova República como era chamado o governo José Sarney (1985-1990) que distribuiu em torno de 800 novas concessões de rádio e TV em troca de mais um ano de mandato. Considerado um serviço público, o sistema de radiodifusão sempre esteve sob o controle governamental até que com a promulgação da Constituição Brasileira de 1988, até hoje em vigor, novas normas e diretrizes foram estabelecidas para as concessões de rádio e televisão. Para traçar o desenvolvimento da TV no país, Sérgio Mattos (2010) divide o período em sete fases:

a fase elitista (1950-1964), quando o televisor era considerado um luxo ao qual apenas a elite econômica tinha acesso; *a fase populista* (1964-1975), quando a

televisão era considerada um exemplo de modernidade e programas de auditório e de baixo nível tomavam grande parte da programação; *a fase do desenvolvimento tecnológico* (1975-1985), quando as redes de TV se aperfeiçoaram e começaram a produzir, com maior intensidade e profissionalismo, os seus próprios programas com estímulo de órgãos oficiais, visando, inclusive, a exportação; *a fase da transição e expansão internacional* (1985-1990), durante a Nova República, quando se intensificam as exportações de programas; *a fase da globalização e da TV paga* (1990-2000), quando o país busca a modernidade a qualquer custo e a televisão se adapta aos novos rumos da redemocratização; *a fase da convergência e da qualidade digital* (2000-2010) começa no ano 2000, com a tecnologia apontando para uma interatividade cada vez maior dos veículos de comunicação, principalmente a televisão, com a internet e outras tecnologias da informação. Nessa fase é adotado o sistema de televisão digital do país e iniciada sua implantação até a substituição total do sistema analógico que deve ocorrer até o ano de 2016 e a *fase da portabilidade, mobilidade e interatividade digital* (2010-), quando o mercado de comunicação e o modelo de negócio vão se reestruturar definitivamente, devido ao espaço ocupado pelas novas mídias, a exemplo do celular digital. Nessa fase a produção e distribuição de conteúdo serão de fundamental importância para as redes de televisão (MATTOS, 2010, p. 85-86).

Foi na fase populista que a TV Globo surgiu. Inaugurada em 26 de abril de 1965, a emissora entrou no ar em pleno regime militar, do então presidente, marechal Humberto Castello Branco.

3.1.1 O Jornal Nacional

Em 1º de setembro de 1969 nascia o Jornal Nacional, nosso objeto de pesquisa. O telejornal estreou em meio ao governo Costa e Silva que, doente, fora substituído por uma junta militar. O noticiário, com 15 minutos de duração e exibido às 19h45, foi primeiro a ser transmitido em rede nacional para as cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre e Brasília. Isso só foi possível pelos investimentos realizados em tecnologia de micro-ondas e de imagens via satélite, disponibilizada pela Embratel, uma empresa do governo. Segundo Coutinho (2012, p. 65), uma estratégia dos militares para promover o desenvolvimento nacional através da mídia:

Nesse aspecto, uma televisão com alcance nacional era vista como instrumento para a difusão de informações e idéias que tornassem possível em um país com dimensões continentais, como o Brasil, a modernização e efetiva salvaguarda dos interesses nacionais. E, para realizar o sonho de integração nacional na TV, nada melhor que um programa jornalístico, um telejornal exibido para todo o país: o Jornal Nacional.

As relações entre a Rede Globo e o Regime Militar sempre despertaram críticas nos meios jornalístico e acadêmico. “Como contrapeso de suas virtudes técnicas, o Jornal

Nacional, logo no início, teve de enfrentar o estigma que perseguiria a TV Globo por muito anos: a afinidade ideológica com o regime militar” (REZENDE, 2000, p. 110). O Jornal Nacional passou a ser concorrente do Seu Repórter Esso da TV Tupi e fazia parte da estratégia para tornar a emissora do Jardim Botânico a primeira rede de televisão do país.

Uma das grandes marcas implantadas foi o padrão Globo de qualidade que só pode ser entendido a partir dos acordos firmados, em 1962, por Roberto Marinho com a *Time-Life*. O contrato principal e o acordo de assistência técnica previam, resumidamente, que a emissora brasileira era a responsável pela compra, instalação dos equipamentos e a construção de um prédio para o estúdio no bairro Jardim Botânico, no Rio de Janeiro, já o grupo norte-americano prestaria assessoria técnica para garantir a implantação da TV. Além disso, segundo Herz (1987), o grupo *Time-Life*, sócio da TV Globo teria o direito à participação de 30% dos lucros líquidos anuais produzidos pela emissora brasileira a partir da transmissão comercial da TV pelo canal 4 do Rio de Janeiro. Para o autor, os contratos violaram o Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4.117 de 27/8/62 e o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão (Decreto 52.795 de 31/10/63). O Regulamento, no artigo 28, § 2º, diz:

As cláusulas que acompanham o decreto de concessão para a execução dos serviços que o Governo julgue conveniente aos interesses nacionais, deverão estipular: (...) II – proibição de ser firmado qualquer convênio, acordo ou ajuste, relativo à utilização das frequências consignadas à exploração do serviço, como outras empresas ou pessoas, sem prévia autorização do Conselho Nacional de Telecomunicações. Embora a assinatura dos contratos fosse um pouco anterior à vigência da Lei e do Decreto que estabeleciam esta exigência, a TV Globo teria que se adaptar às suas disposições (HERZ, 1987, p. 107).

Além da participação nos lucros anuais, o grupo *Time* fiscalizava e administrava de perto a contabilidade com a presença de uma pessoa designada assistente do diretor-geral e um gerente-geral para a administração da emissora. Três anos depois de assinados os acordos, o deputado Eurico de Oliveira apresentou um requerimento à Câmara dos Deputados pedindo a instauração de uma Comissão Parlamentar de Inquérito²¹. A CPI terminou com parecer desfavorável à TV Globo, o que ocasionou o fim do contrato com a *Time-Life* (HERZ, 1987). Dessa maneira, os acordos permitiram a consolidação da empresa ao receber a assessoria

²¹ O grupo Diários Associados, proprietário da Rede Tupi e da Revista O Cruzeiro, que tinha como concorrente na América Latina a Revista *Life*, iniciou uma campanha contra a presença de capital estrangeiro na mídia brasileira, logo após a inauguração da TV Globo do Rio de Janeiro. O diretor-geral dos Diários Associados, presidente Associação Brasileira de Empresas de Rádio e Televisão e também deputado, João Calmon juntamente com o governador da Guanabara na época, Carlos Lacerda, denunciaram a existência de um acordo ilegal entre Roberto Marinho e o grupo *Time-Life*. (N.A.).

técnica que orientou a implantação de equipamentos, treinamento de pessoal e a formação de uma equipe que ajudaria a desenvolver o padrão Globo de qualidade.

Apesar das críticas à postura política da TV Globo, o Jornal Nacional desenvolveu novas técnicas de redação e apresentação das notícias que se tornaram referência para o telejornalismo brasileiro, com manchetes curtas e fortes e lidas alternadamente pelos apresentadores de maneira ágil. Além da preocupação com o cenário e a criteriosa seleção dos locutores que precisavam ser competentes e de boa aparência. De acordo com Rezende (2000), uma estratégia para evitar que da passagem da novela para o JN o público majoritariamente feminino mudasse de canal:

Se no plano da forma tudo ia bem, êxito igual não se obtinha quanto ao conteúdo. A riqueza plástica não encontrava compatibilidade com o trabalho jornalístico. Durante a fase de censura mais aguda, o telejornalismo, sobretudo o praticado na Globo, líder de audiência, acabou se afastando da realidade brasileira. Despolitizada, a emissora encontrava nos programas de entretenimento o atalho para se aproximar afetivamente de sua audiência (REZENDE, 2000, p. 115).

Os primeiros apresentadores do Jornal Nacional foram Cid Moreira e Hilton Gomes, este último substituído por Ronaldo Rosas em 1971. No ano seguinte, Sérgio Chapelin assumiu a banca ao lado de Cid Moreira até 1983, quando saiu para dar lugar a Celso Freitas. Seis anos depois, Chapelin refez a parceria com Cid Moreira que durou até 1996, quando foram substituídos por William Bonner e Lillian Witte Fibe. O propósito da mudança era colocar na apresentação do telejornal jornalistas profissionais que estivessem envolvidos na produção das notícias dando maior credibilidade ao produto. Dois anos depois, Fátima Bernardes assumiu o lugar de Witte Fibe, onde permaneceu até 2011 quando foi substituída por Patrícia Poeta. Passados três anos dividindo a bancada com Bonner, Patrícia deu lugar a Renata Vasconcellos. É importante destacar que a primeira mulher a apresentar o JN foi Valéria Monteiro, em 1992, ela assumia a bancada apenas aos sábados, período que durou aproximadamente um ano.

Além da questão da temporalidade na cena cotidiana e da nova linguagem, os investimentos em tecnologia e expansão também foram responsáveis por tornarem o JN referência em telejornalismo. O programa foi o pioneiro no uso de equipamentos portáteis de geração de imagens para entradas ao vivo. Também foi o primeiro a exibir reportagens em cores, a partir de 1973. E iniciou, em 1978, o processo de edição eletrônica de videotape, o que deu mais agilidade ao substituir o filme de 16 mm, que precisava ser revelado. Com a instalação dos escritórios da TV Globo no exterior, segundo Barbosa e Goulart (2005), o

noticiário ganhou mais credibilidade já que a emissora podia estar ao mesmo tempo em diversas partes do mundo e do país, por meio das afiliadas.

As relações de proximidade com o regime militar voltaram a gerar duras críticas durante a campanha das Diretas Já, em virtude do silêncio das emissoras de TV lideradas pela Globo. Multidões iam às ruas nas capitais dar apoio à emenda do deputado Dante de Oliveira que restabelecia eleições diretas para presidente da República no Brasil. No dia 25 de janeiro de 1984, um comício na Praça da Sé, em São Paulo, reuniu milhares de pessoas e o Jornal Nacional deu uma breve notícia sobre o fato:

Mesmo assim, referiu-se ao comício como se ele fizesse parte das comemorações do 430º aniversário da capital paulista e não tivesse qualquer conotação política. Apesar de distorcer o caráter do evento, a transmissão do *flash*, decidida em clima de tensão pelo presidente do grupo, Roberto Marinho, significou uma vitória contra a intransigência da Globo (REZENDE, 2000, 124).

A pressão dos próprios jornalistas do canal e dos atores que tinham contrato com a emissora, e que aderiram à campanha das Diretas Já, foram fatores que contribuíram para a mudança de postura da Globo e também de outras emissoras. Assim, como a forte questão dos riscos da perda de audiência e a consequente possibilidade de redução no faturamento, afinal o meio impresso dava ampla cobertura ao movimento. A emenda Dante de Oliveira não foi aprovada pelo Congresso e a decisão da eleição direta para presidente adiada. Eleições indiretas foram realizadas via Colégio Eleitoral, composto por deputados federais e senadores, e Tancredo Neves foi o vencedor. Tancredo adoeceu e morreu em 21 de abril de 1985, não chegou a tomar posse. A Nova República, denominação que foi dada ao primeiro governo civil depois de mais de vinte anos de regime militar, se instaurava tendo José Sarney como presidente. A nova Constituição Federal foi aprovada em 1988 e as eleições diretas para presidente foram realizadas apenas, em 1989.

Hoje o Jornal Nacional segue líder de audiência no país, apesar na queda dos índices, como citamos anteriormente na introdução deste trabalho. Na tentativa de conquistar um público que já não é o mesmo de antes o JN promoveu mudanças, em abril de 2015. As reportagens adotaram um tom mais explicativo e os textos passaram a usar expressões descontraídas. As interações entre os apresentadores e repórteres ganharam ares de conversa entre amigos, bem como as passagens²² de muitos profissionais que ficaram mais soltas

²² A passagem é a entrada do repórter em algum ponto da narrativa contando, em *on* – em vídeo –, parte da matéria (CURADO, 2002, p. 49).

caracterizando um estilo representado por uma nova geração de repórteres que passou a fazer parte do telejornal.

3.1.2 Características do telejornalismo

Uma das regras básicas do telejornalismo praticado no Brasil, que tem o modelo norte-americano como referência, é o texto objetivo com uma linguagem simples que busque atingir a todos os tipos de públicos que assistem à televisão aberta. De acordo com Rezende (2000), pela linguagem coloquial a mensagem torna-se acessível a um número maior de pessoas do ponto de vista intelectual, através da clareza das informações, e do ponto de vista emocional pela simulação de um contato interpessoal, que vai tocar afetivamente o telespectador:

[...] pelo modelo de telejornalismo vigente no Brasil, o ato de redigir sempre de olho no relógio, constringido pela limitação do tempo, somado às propriedades de uma comunicação oral, requer que a apreensão do texto telejornalístico deve ser imediata. Por ser impossível voltar atrás e rever a informação, como permite o jornalismo impresso, a notícia em televisão deve ser entendida imediatamente, objetivo que só se concretiza graças à utilização de uma linguagem coloquial (REZENDE, 2000, p. 93).

Segundo Paternostro (2006), o texto jornalístico de televisão tem ainda duas características fundamentais: a precisão e a concisão. A primeira requer o uso de palavras adequadas ao que se quer informar, que não tenham duplo sentido; e a segunda exige frases precisas que contenham a informação necessária, sem exageros evitando redundâncias. A essas regras Olga Curado (2002, p. 22) também acrescenta a imparcialidade, uma condição imperativa, segundo a autora. Cabe ao jornalista confrontar todos os lados para esclarecer os pontos que estiverem obscuros evitando favorecer uma das partes. “A imparcialidade se obtém com a investigação de fatos e não com opiniões a respeito deles”. Mas, para Porcello (2006) a imparcialidade é uma questão utópica:

TV é edição, é recorte, é fragmento. O desafio de quem trabalha nela é escolher certo, com responsabilidade, critério, ética e, principalmente, honestidade. Existe imparcialidade jornalística? É claro que não. A ótica do jornalista, do cinegrafista, do fotógrafo, do diretor da empresa e dos interesses que ela representa, sempre estarão de algum lado. Objetividade? Muito menos (PORCELLO, 2006, p. 146).

Moretzsohn (2002) afirma que com o intuito de provocar um efeito de real o jornalista procura narrar no tempo presente, deixa os fatos falarem por si em nome da objetividade:

Argumentar que os fatos falam por si, apesar do que haja de contradição lógica (pois obviamente os fatos não falam, quem fala é quem os identifica como importantes e os traduz como notícia), é uma forma de apresentá-los como neutros e, assim, inversamente utilizá-los politicamente contra quem os quer silenciar (MORETZSOHN, 2002, p. 108).

A autora lembra que a noção de objetividade estaria ligada a crença que seria possível reportar os fatos de uma forma apolítica. Mas, por mais que os jornalistas tentem fugir das pressões comerciais a manipulação aparece de uma maneira invisível. Nessa mesma linha, Motta (2013, p. 200) concorda que para produzir efeitos de real o jornalismo observa o mundo e ancora seu relato no presente para relatar o passado e, também, o futuro. Seria uma mediação que é ao mesmo tempo linguística e temporal: “tudo gira em torno do hoje, do aqui, do agora, do ao vivo e do *on-line*. Daí a profusão de advérbios e de expressões adverbiais de tempo e de lugar que vinculam a sucessão de eventos a uma visão do hoje e do agora [...]”.

No jornalismo impresso o *lead* e a pirâmide invertida são usados de forma que os textos comecem respondendo às clássicas perguntas: O quê? Quem? Quando? Aonde? E Por quê? Depois é que a informação será aprofundada. No telejornalismo²³ a estrutura é diferente. A notícia é composta por dois elementos: a cabeça e o VT (videotape²⁴). A cabeça é lida pelo apresentador no estúdio e costuma trazer a manchete, a informação principal. É ela que vai chamar o VT, que é a reportagem realizada no local do fato. É o formato mais elaborado para a apresentação de uma notícia em um telejornal. Na sua estrutura padrão a reportagem é composta por *offs* (texto lido pelo repórter e coberto por imagens) sonoras (partes das falas dos entrevistados) e a passagem do repórter. Também, podemos ter uma informação a mais que pode ser dada ao fim da reportagem pelo apresentador(a), o que denominados nota pé. O conjunto desses elementos é que vai produzir sentido e contar uma história com começo, meio e fim. Uma forma mais macro de ver o processo é observar a ordem das matérias no telejornal, o que é chamado de espelho. Na hierarquização das notícias também temos uma narrativa e um jogo de intenções. As mais importantes vão compor a escalada, conjunto de manchetes do início do programa, e podem estar também nas chamadas de próximo bloco com o objetivo de criar expectativa no telespectador.

Todo o processo jornalístico requer escolhas, desde o momento do direcionamento da pauta por parte das chefias da empresa, passando pela produção e as fontes a serem ouvidas,

²³ Para outras categorias de formatos nos noticiários do telejornalismo ver (COUTINHO, 2012, p. 122).

²⁴ Com os processos de modernização e a implantação das redações digitais, o uso das fitas magnéticas está sendo extinto, assim como aconteceu com o antigo *videotape*. No novo modelo as matérias vão ao ar pelo processo chamado de *play out*, a reportagem é editada na ilha não-linear e quando pronta é mandada diretamente para o servidor. Para ir ao ar basta o diretor de imagens apertar um botão. Porém, o termo VT ainda segue sendo usado pelos jornalistas como sinônimo de reportagem editada. (N.A.).

pela ótica do repórter que irá fazer a matéria e depois pelo crivo do editor que a terminará de finalizar. Na televisão esse processo não é diferente e torna-se mais complexo em virtude do som e da imagem. Além dos filtros já citados ainda temos o olhar do cinegrafista e do editor de texto que, ao selecionar as falas dos entrevistados e as imagens que irão ao ar, trabalha com o editor de imagens para finalizar as matérias. É na edição que uma reportagem ganha o formato final para ir ao ar, de acordo com Coutinho (2012), a ilha de edição pode ser considerada um laboratório em que acontece a alquimia que vai reunir o texto, o som e a imagem:

[...] o telejornalista lida com a necessidade de ordenar o aparente caos da fita bruta em que imagens, entrevistas, passagens e o áudio do off são gravados de forma cuja lógica está ligada ao momento de captação dos registros e não à sua estrutura narrativa. Alia-se a isso a questão do tempo disponível, a possibilidade de alteração das informações até o momento da exibição, as diferenças em qualidade e adequação das entrevistas/depoimentos coletados e ainda a linha editorial do telejornal, e mesmo a marca ou padrão estilístico e/ou político da emissora em que aquele programa está inserido (COUTINHO, 2012, p.157).

Segundo a pesquisadora, é na edição que também há espaço para a criatividade, o jornalista pode construir uma narrativa diferenciada com uso de recursos de arte e pós-produção. Esse tipo de reportagem geralmente está associada a séries ou matérias especiais, como no caso da Série Seleção que faz parte do *corpus* desta pesquisa. Paternostro (2006) lembra que a edição requer, também, sensibilidade, concentração, dedicação, habilidade, paciência e, principalmente, fidelidade às informações, afinal um erro na edição pode causar um dano irreparável.

3.2 Texto, imagem e som

A imagem e o texto interagem criando efeitos de real e efeitos de sentido no telejornalismo. De acordo com Porcello (2006, p. 146) a imagem tem um peso maior em relação ao valor da palavra. “E o telespectador decodifica, mais facilmente, os códigos visuais do que os verbais. Se alguém diz que “isso apareceu na TV”, o outro aceita, passivamente, a situação como um fato real: “Se apareceu na TV, então aconteceu”. Nesse sentido, Joan Ferrés (1998) afirma que o cidadão se aproxima da informação audiovisual por acreditar que ela é um espelho da realidade e não o que representa, na verdade, um discurso sobre a realidade que está condicionado por um jogo de interesses que podem ser ou não intencionais. “A imagem

tem, em relação à palavra, uma maior possibilidade de engano: brinca com a vantagem, não de se parecer mais com a realidade, mas de aparentar ser a realidade” (FERRÉS, 1998, p. 172).

As imagens possuem um caráter mobilizador, de acordo com o pesquisador, se a palavra pode ser medida pela sua densidade a imagem pode ser medida pelo seu *punch*. “Se a palavra tende a se impor por seu peso, a imagem se impõe por sua capacidade de choque” (FERRÉS, 1998, p. 40). O estudioso espanhol argumenta a possibilidade das imagens gerarem emoções e, a partir disso, influenciarem nas decisões, comportamentos e crenças dos indivíduos e da sociedade como um todo. Por isso, qualquer imagem que venha a despertar emoções pode ser considerada socializadora, principalmente, se nos detivermos nas imagens televisivas. Mesmo vivendo em uma cultura que privilegia a razão, Ferrés (1998, p. 41) lembra que:

[...] quando nas mensagens televisivas se dá primazia às emoções, estas tendem a se impor sobre a racionalidade. As imagens, os sons e, conseqüentemente, as imagens sonoras se conectam de maneira direta com a emotividade. E, quando a emotividade é muito intensa, pode erradicar todo o vestígio de racionalidade.

Para Paternostro (2006), a imagem é uma linguagem universal, pois permite o entendimento imediato aos telespectadores e possibilita que as pessoas tenham uma visão de uma realidade externa a que vivem. No telejornalismo o ideal é fazer com que o texto e a imagem andem juntos, eles devem ser complementares e não excludentes: “Só se faz TV com imagem, mas a palavra tem lugar garantido. O nosso desafio é descobrir como e quando usar a palavra” (PATERNOSTRO, 2006, p. 85). Rezende (2000) confirma o inegável poder expressivo da imagem, mas destaca que a palavra é um suporte imprescindível para o visual. É a partir dela que a notícia ganha sentido.

A afirmação também é compartilhada por Curado (2002, p. 173): “A imagem é a aparência do fato, mas não é o fato. O jornalismo precisa ter as referências do contexto, as conexões que demonstram como o fato aconteceu para o entendimento do que o vídeo capta, e não o inverso”. A autora lembra que em algumas situações a imagem chega a dispensar o texto, são momentos em que a imagem transmite de maneira simbólica um fato.

Dominique Wolton (2006) levanta um questionamento em relação à falta de estudos sobre a imagem na televisão, um território que segue não pensado, segundo o pesquisador. O intelectual francês lembra que a televisão “é um meio de imagens bem particular, no sentido de que as condições de sua recepção por um público anônimo torna mais incertas as condições

de interpretação, sempre difíceis de analisar no caso da imagem animada” (WOLTON, 2006, p. 67). Para entender o sentido da imagem televisiva o autor acredita que é necessário levarmos em conta a interação entre emissor, difusor e receptor. Um dos fatores que mais dificultariam os estudos é justamente o caráter polissêmico da imagem.

Ao oferecer uma multiplicidade de significados e uma pluralidade de interpretações a televisão pode transformar-se em um meio de comunicação ambíguo e perigoso para o telespectador. “Em outras palavras, na televisão, o significado vai além da intenção na maior parte do tempo” (WOLTON, 2006, p. 68).

Se o telejornal é composto por elementos audiovisuais que dão sentido à mensagem televisiva, é necessário destacá-los. Entre eles estão os enquadramentos de câmera, os movimentos de câmera e ângulos e a luz, que vão ajudar a desenvolver a narrativa no aspecto visual. Quando vai filmar o repórter cinematográfico define o enquadramento, que é a posição da lente em relação ao objeto. É a maneira com que o telespectador vai ver determinada cena²⁵ (CURADO, 2002). As tomadas²⁶ são realizadas a partir de planos²⁷ de aproximação e distanciamento das pessoas ou objetos. No telejornalismo eles são basicamente os seguintes:

- Plano geral (PG) ou aberto – situa o telespectador onde a cena acontece, inclui o cenário e os personagens envolvidos na ação. No caso de uma pessoa mostra o corpo todo, em relação ao lugar apresenta cenas gerais. Pode ser feito com ou sem a presença da figura humana.
- Plano americano (PA) – A figura humana é enquadrada na altura do joelho. As pessoas aparecem bem maiores e mais nítidas do que o cenário.
- Plano médio (PM) – É um enquadramento que mostra as pessoas da cintura para cima. Costuma ser padrão para filmar a participação do repórter na matéria.

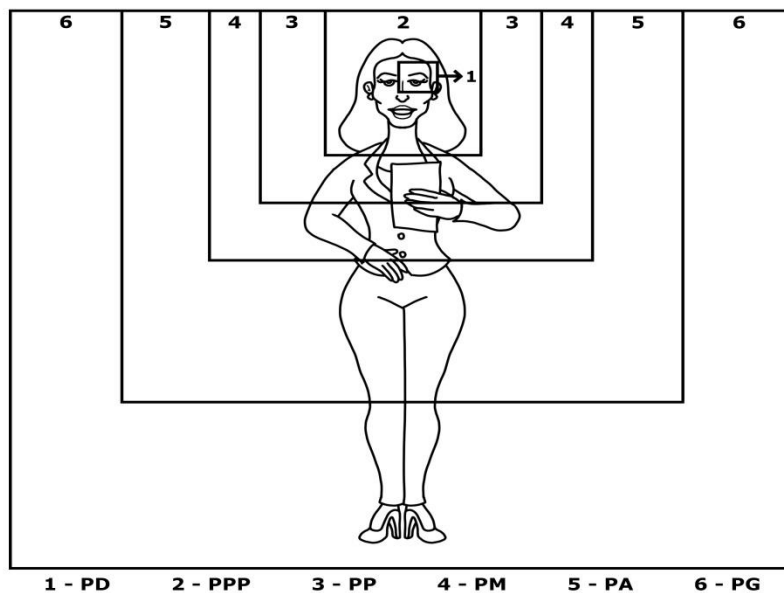
²⁵ Conjunto de planos que acontecem no mesmo lugar. Sempre que a ação muda de lugar, troca a cena (GERBASE, 2012, p. 94).

²⁶ Tudo que é mostrado pela câmera desde o momento que ela é ligada até o momento que é desligada. (PAUSE ou STOP) (GERBASE, 2012, p. 91).

²⁷ Plano é o principal componente do enquadramento. Escolher o plano é determinar qual a distância entre a câmera e o objeto que está sendo filmado, levando em consideração o tipo de lente que está sendo usado. (GERBASE, 2012, p. 95).

- Primeiro plano (PP) – A figura humana é mostrada na altura do peito. É usada com frequência na narrativa feita pelo repórter e, também, pelo apresentador. Faz o telespectador se aproximar da história contada.
- *Close-up* ou primeiríssimo plano (PPP) – A figura humana é enquadrada dos ombros para cima. É um detalhe mais aproximado do olho do espectador, permite maior intimidade e envolve emocionalmente.
- Plano detalhe (PD) – Pode enquadrar partes de uma pessoa ou objeto. É muito usado nas reportagens como *insert*²⁸ para não repetir os enquadramentos e quebrar a monotonia da narrativa. A ilustração a seguir exemplifica os planos:

Figura 1 – Planos no telejornalismo



Fonte: A Autora, 2016²⁹.

²⁸ *Insert* é inserir áudio ou vídeo, ou ambos, em um intervalo previamente editado. (CURADO, 2002, p. 186).

²⁹ Ilustração realizada por Júlio Cunha Neto a pedido da autora desta dissertação com base em Curado (2002) e Gerbase (2012).

A história contada pela televisão usa a linguagem visual e a câmera revela ou enfatiza novos significados que ajudam a esclarecer a informação. Segundo Curado (2002), a subjetividade com que a imagem é feita pode economizar muito texto:

A postura, o comportamento de uma pessoa que é filmada transmite uma mensagem: o olhar enérgico ou irado, os punhos cerrados, os braços cruzados, se está deitado, agachado ou sentado, se a cabeça está erguida insolentemente ou se aparenta submissão. Tais elementos dão mais compreensão à notícia (CURADO, 2002, p. 109).

A autora destaca que a câmera pode valorizar esses aspectos, ao ficar em uma posição mais elevada do que a pessoa, sugere fraqueza; se é colocada abaixo, denota grandeza. São os ângulos que compõem o enquadramento e que em relação à altura possuem três posições fundamentais, conforme Gerbase³⁰ (2012):

- Ângulo normal – a câmera está no nível dos olhos da pessoa que está sendo filmada.
- Plongée – a câmera está acima do nível dos olhos, voltada para baixo. Pode ser chamada de câmera alta.
- Contra - plongée – a câmera está abaixo do nível dos olhos, voltada para cima. É também chamada de câmera baixa.

Os enquadramentos também possuem posições básicas em relação ao lado do ângulo e são assim classificados por Gerbase (2012, p. 104):

- Frontal – A câmera está em linha reta com o nariz da pessoa filmada.
- 3/4 – A câmera forma um ângulo de aproximadamente 45 graus com o nariz da pessoa filmada. Essa posição pode ser realizada com muitas variantes.
- Perfil – A câmera forma um ângulo de aproximadamente 90 graus com o nariz da pessoa filmada. O perfil pode ser feito à esquerda ou à direita.
- De nuca – A câmera está em linha reta com a nuca da pessoa filmada.

³⁰ A televisão usa muitos dos termos, enquadramentos, movimentos de câmera e de objetiva oriundos do cinema. Por isso, também utilizamos como aporte teórico a obra do jornalista e cineasta Carlos Gerbase (2012) para fundamentar o assunto.

Os movimentos de câmera são realizados de maneiras diferentes e vão mudar os enquadramentos (GERBASE, 2012). Tanto na televisão como no cinema eles podem ser classificados em dois:

- Panorâmicas – a câmera movimenta-se sobre seu eixo, para cima, para baixo, para a direita ou para a esquerda e também de forma oblíqua. No telejornalismo o movimento da esquerda para a direita é mais utilizado nas reportagens factuais.
- Travelling – a câmera desloca-se na mão do operador sobre um carrinho, sobre uma grua e em qualquer direção. No telejornalismo é mais usada em matérias especiais.

Muitos autores ligados ao cinema incluem ainda o *dolly* como movimento no qual a câmera desloca-se em direção ao objeto ou pessoa permitindo aproximá-los ou afastá-los, a partir de um movimento contrário.

Além dos movimentos da própria câmera, temos os movimentos das lentes da câmera realizados pela objetiva *Zoom*, a qual modifica o ângulo visual durante a tomada. O *Zoom-in* aproxima a imagem e o *Zoom-out* a afasta. É utilizado para reforçar um aspecto ou dar precisão. Também é interessante destacar, o que Gerbase (2012, p. 109) chama de movimentos dentro do quadro. “Com a câmera parada, pessoas e objetos mudam de posição, tanto lateralmente quanto afastando-se ou aproximando-se da câmera (ou numa combinação dessas duas possibilidades).

Dá-se o nome de “entrar em quadro” quando a pessoa não está dentro do quadro no momento que a câmera é ligada e entra depois. Do mesmo modo, no “sair de quadro”, a pessoa sai do quadro durante a tomada. Na TV o recurso de entrar e sair de quadro é bastante utilizado nas passagens de repórteres pra sugerir uma mudança de ambiente. Ainda existe a possibilidade de alguém “aproximar-se da câmera” ou “afastar-se da câmera”.

A imagem também é construída por uma combinação de luz e sombra, conforme Olga Curado (2002), o que vai revelar volume e formas; e o excesso delas pode prejudicar o que se vê. Por isso, a iluminação é tão importante e vai definir a perfeição da imagem. Para adequar a luz são usados equipamentos no dia-a-dia de quem trabalha em TV. Quando o ambiente apresentar muita luz é utilizado o rebatedor, uma superfície clara que reflete a luz e a desvia para a direção desejada. Também são aplicados filtros, lâmpadas especiais, gelatinas que são presas às lentes da câmera, para reduzir a intensidade da luz. Em situações de pouca luz

natural ou na necessidade de produzir silhuetas é utilizado o *sun-gun*, também chamado de pau de luz. É uma iluminação portátil que compensará a ausência de luz. Quando a luminosidade na captação oscilar, o cinegrafista vai lançar mão do recurso chamado de “bater o branco”. Nada mais é do que abrir a lente da câmera em uma superfície toda branca para fazer o balanço de cores.

Como afirmamos anteriormente, a mensagem televisiva é composta por elementos audiovisuais. Se o texto e a imagem estabelecem vínculos entre o telespectador e o que está sendo dito e mostrado, o som vai potencializar diversas sensações. Segundo Sá (1991) a questão do som na televisão não está restrita à música, envolve a palavra e a sonoplastia, ao que o autor chama de “expressão sonora”. Levando em conta que o som é uma sensação, não poderia haver sensação sonora sem que houvesse um aparato orgânico que transformasse as vibrações em imagem mental e imagem acústica:

Falar em vibração não significa, portanto, falar em som, uma vez que a percepção sonora se dá em um campo bastante restrito das frequências ocorrentes na natureza, no campo das chamadas audiofrequências, ou seja, aquelas passíveis de serem traduzidas em imagens acústicas pelo aparelho auditivo. Tudo o que estiver fora desse campo é percebido como silêncio..., ainda que vibrações ocorram de fato. A expressão sonora é, pois, aquela que tem o som (e o próprio silêncio) como suporte, como substância ou como principal material (SÁ, 1991, p. 124).

Os sons e os silêncios podem ser entendidos de acordo com a perspectiva do contexto cultural no qual têm lugar e função e devem ser analisados, de acordo com o autor, como produtos diretos da cultura, das circunstâncias históricas e sociais de seus usuários e não apenas como fenômenos físicos. Dependendo do contexto cultural o som e o silêncio vão ser apreendidos e entendidos de uma determinada maneira e ativarão o imaginário sonoro do indivíduo e da sociedade na qual está inserido, produzindo assim mecanismos de identificação e projeção. “O importante é que o imaginário depende das imagens vivenciadas, e são as imagens sonoras experimentadas aquelas que constroem o imaginário musical que nossa imaginação percorre” (SÁ, 1991, p. 129). No telejornalismo quando o telespectador ouve um som, que pode ser na forma de música ou ruído, e o associa com a imagem, lhe atribui um significado ao que o autor denomina “evento sonoro”. Assim, o barulho de uma sirene associado a imagens de carros batidos pode remeter a um acidente de trânsito com feridos.

Sá (1991) destaca ainda a questão da previsibilidade na TV, o alto índice de redundância na qual a audiência encontra o prazer e o lazer e o fato do telespectador preferir o já conhecido e se contentar com o redundante, um exemplo seria a notícia tantas vezes anunciada desde a manchete até o próximo bloco. E salienta que assim como a

previsibilidade, existe muito de pré-auditabilidade, ou seja, saber o que se vai ouvir, o que dessa forma contribui para a manutenção dos índices de consumo e audiência. No que diz respeito às diversas sensações que o som pode nos remeter na relação com a imagem Sá (1991) destaca a técnica do *leitmotiv* (motivo condutor), um recurso que foi explorado por compositores desde o período barroco e que ganhou notoriedade com as composições de Richard Wagner, no século XX. O princípio é associado a Wagner pela sutileza que empregou na utilização da técnica, principalmente, à relação entre o texto dramático e o texto musical em suas óperas.

Trata-se, em resumo, de algum elemento melódico, ou rítmico, ou harmônico, ou mesmo tímbrico que é associado, no transcurso de uma obra, a alguma personagem, ou situação ou idéia. Dessa maneira, a vinculação faz com que o espectador tenha instrumentos de acompanhamento da trama além daqueles que o texto explícito fornece. O espectador passa a usufruir de uma espécie de cumplicidade com o autor, passa a dispor de uma capacidade ampliada de entendimento e/ou de identificação do enredo. O *leitmotiv* sugere um domínio de previsibilidade mediante a auditabilidade de um determinado elemento (SÁ, 1991, p. 137).

O *leitmotiv* vai permitir que o espectador “veja” o que está ausente e tenha a possibilidade de sentir ou pressentir o que os personagens não podem sentir, ou talvez, possa adivinhar aquilo que no texto ou no enredo não está explícito, estabelecendo uma cumplicidade com o autor. Mas, Sá (1991) adverte que a técnica não funciona apenas no plano consciente na relação direta de elementos narrativos. Atua no inconsciente ativando os sentimentos de reflexo e intuição. “Em outras palavras, o *leitmotiv* funciona na medida em que o ouvinte – espectador não se dá conta dele, na medida em que o indivíduo tem o “pressentimento”, ou tem a sensação exata, quase profética, acerca daquilo que vai suceder na obra” (SÁ, 1991, p. 138). Portanto, os sons e os silêncios criam uma atmosfera e envolvem o telespectador gerando sensações e emoções tanto em relação ao fato noticiado quanto à fonte ou personagem.

A relação entre o som e imagem no telejornalismo também ganha destaque na pesquisa de Luporini (2007). Ao analisar o uso da música nos telejornais da Rede Globo, o autor estabelece três categorias: a música tema, as vinhetas³¹ e as trilhas das reportagens. A música tema é disponibilizada pelos maestros contratados da emissora em um pacote de arranjos diferenciados que são utilizados nas chamadas, na escalada, na vinheta de abertura e

³¹ A vinheta marca a abertura ou intervalo do telejornal. Normalmente é composta por imagem e música características, trabalhadas com efeitos. (PATERNOSTRO, 2006).

encerramento e nas passagens de bloco do telejornal. “Nas escaladas e nas passagens interblocos é comum que essas músicas cedam espaço para áudios diretos e para músicas que pontuem reportagens consideradas importantes” (LUPORINI, 2007, pg. 159). Nas vinhetas utilizadas internamente nos telejornais, a música é feita sob encomenda junto aos maestros da Rede Globo, sob a orientação do Departamento de Arte. As vinhetas também são produzidas para a abertura de quadros fixos dos telejornais e na nas séries de reportagens e reportagens especiais.

Em relação às reportagens, Luporini (2007) constata que existe uma grande diferenciação entre as matérias factuais e as matérias frias. No *hard news*³² há pouco espaço para inserção da música que dá lugar ao áudio direto³³. Nas matérias frias, que têm mais tempo para serem trabalhadas, são utilizadas trilhas musicais misturadas ao áudio direto. Muitas delas fazem parte do acervo pessoal dos editores de imagens ou editores de texto e tem muito do gosto musical pessoal envolvido. Luporini (2007) concluiu ainda que o Jornal Nacional mantinha um padrão mais sóbrio do que outros noticiários da emissora, permitindo o uso de trilhas apenas nas reportagens especiais ou séries. É importante destacar que nas reportagens existe na relação imagem e som o componente da narração em *in* e *off*, o que vai gerar significados e reduzir as possibilidades de interpretação.

Conforme exposto, no telejornalismo a construção da notícia é concebida por articulações entre o textual, o imagético e o sonoro. A credibilidade e a inteligibilidade do que é noticiado passa por um processo que chega à edição final e reúne as imagens em movimento (ou gráficas-arte) que se articulam com os sons (voz *in* e *off*, áudio ambiente, trilha) ou ausência de sons, associados ao texto verbal. Todo o processo culmina na exibição do jornal ao vivo ancorado pelos apresentadores. Desta forma, podemos dizer que as narrativas audiovisuais no telejornalismo envolvem o telespectador criando uma atmosfera que potencializa as emoções em nível consciente e inconsciente.

³² Podemos considerar como *hard news* as notícias objetivas e que pretendem permanecer o mais próximo possível ao referente. Em princípio, teriam como objetivo nada mais além de informar. (N.A.).

³³ Áudio direto também pode ser chamado de som ambiente. Segundo Curado (2002, p.111), toda matéria jornalística editada deve ter som ambiente em *background-BG*, captado no local da filmagem e que dá “clima” ao acontecimento. A sonoplastia de arquivo é admitida se por um problema no equipamento não houve a captação do BG.

3.3 Narrativas e dramaturgia no telejornalismo

O ato de narrar é uma prática humana universal, é através das narrações que as civilizações se constituíram. Para Motta (2013), nós construímos nossa história de vida e a identidade pessoal narrando. Como seres narrativos, também somos atores, personagens e ouvintes das próprias narrativas. No livro *Análise Crítica da Narrativa*, o pesquisador acredita que estudar as narrativas é compreender o sentido da vida e refletir sobre o significado da experiência humana e sobre o que as narrativas realizam enquanto atos de fala.

A comunicação narrativa, ato de fala semiótico no qual o sentido se *coconstrói*, é sempre uma relação concretamente situada. Sujeitos, grupos e instituições narram ou interpretam desde lugares históricos, posições de poder onde um é narrador e o outro destinatário, posições que *per se* implicam já uma correlação de forças. Isso não quer dizer que haja necessariamente uma situação de desigualdade ou uma precípua dominação política ou discursiva. Cada situação de comunicação implica uma correlação social e comunicativa própria, local, específica, empírica [...] (MOTTA, 2013, p. 19).

Para o autor, as narrativas representam a realidade, mas também apresentam e organizam o mundo ajudando os homens a constituir a realidade. Na sociedade mediada na qual vivemos, cada vez se faz mais difícil viver experiências diretas e testemunhais e boa parte do nosso conhecimento é proporcionado através de relatos diversos. Além das conversas presenciais, os meios tecnológicos proporcionam relatos e informam sobre o que acontece em nível local, nacional e mundial. Dessa forma, “orientam nossa vida prática, comportamentos e decisões. Constituem experiências essenciais para indivíduos e sociedade porque tornam *natural* o mundo social, tal como ele se apresenta” (MOTTA, 2013, p. 55). Nesse mesmo sentido, Bird e Dardenne (1999) chamam a atenção para o quanto é necessário ter um olhar crítico sobre as narrativas noticiosas:

Embora as notícias não sejam ficção, são histórias sobre a realidade, não a realidade em si. Contudo, devido ao seu estatuto privilegiado, como realidade e verdade, os poderes sedutores das suas narrativas são particularmente significantes [...] as formas narrativas são mais do que construções literárias; elas conferem às pessoas um esquema para perspectivarem o mundo e viverem a sua vida (BIRD e DARDENNE, 1999, p. 276).

Segundo Motta (2013), no jornalismo a narrativa se configura, muitas vezes, em uma notícia tipo *fait divers*³⁴ parecida como a estrutura do conto. Diferentemente das notícias duras (*hard news*), elas adquirem um tom de maior dramaticidade, sendo que sua intenção é produzir efeitos estéticos da ficção do que efeitos de veracidade. Porém, até mesmo nas *hard news* é possível ver as narrativas a partir da maneira como elas lidam com o tempo e o organizam. Geralmente, o tempo se apresenta invertido e desorganizado, precisando muitas vezes de intervalos de dias e até semanas para que uma história tenha início, meio e fim. É importante lembrar que nessas notícias mais duras, o jornalista costuma iniciar a história pelo mais novo até chegar ao seu começo cronológico verdadeiro. Ao considerarmos as notícias como grandes narrativas do mundo temos que ter presente, conforme o autor, que o conflito é seu ponto central, “é o núcleo em torno do qual gravita tudo o mais na narrativa” (MOTTA, 2006, p. 5).

Motta (2013, p. 174) destaca em seus estudos que a personagem é a figura central da narrativa, “é o eixo do conflito em torno do qual gira toda a intriga”. E lembra, para efeitos de análise, que mesmo nas narrativas fáticas do jornalismo o referencial não é composto de pessoas reais, mas personagens fabricados pelo discurso; o que o autor denomina “figuras de papel”. A partir da maneira que as pistas e os estímulos do texto são apresentados, a imagem da pessoa física se dissipa no ato da leitura e se confunde com figuras-tipo como o herói, o vilão, o príncipe, o sapo, a princesa.

No jornalismo, de acordo com Motta (2013), existem três narradores que ocupam um lugar que é de poder no processo de comunicação, mas também que decorre da relação que cada um mantém com a história. O primeiro-narrador é o veículo, considerado extradiegético, fora da história. Sua narrativa se fixa na finalidade de atrair a audiência e vender a história através de conflitos, tensões, sedução, relatados nas páginas ou telas. É importante dizer que o primeiro-narrador enuncia, mas não testemunha ou apura diretamente e tem um poder legitimado pela sociedade para contar a história verdadeira. O jornalista é o segundo-narrador (intradiegético, dentro da estória), é a voz que enuncia propriamente a narração, vai organizar e costurar, dispor as ações, conflitos, personagens e cenas estando subordinado ao primeiro narrador. “Seu poder decorre de sua capacidade para selecionar e posicionar os atores sociais e transformá-los em personagens (protagonista, antagonista, adjuvantes, heróis, vilões, etc.) da estória narrada [...]” (MOTTA, 2013, p. 229). Ele trabalha de acordo com seus valores

³⁴ Notícias de interesse humano, relatos de dramas e tragédias pessoais, fatos insólitos, lugares pitorescos. (MOTTA, 2013, p. 95).

peçoais, profissionais e o interesse da empresa ao qual está subordinado, o que faz parte de uma cultura profissional, e ainda de acordo com a sua negociação com as fontes.

O terceiro-narrador, também intradieético, é a personagem ou personagens das notícias que são as fontes da matéria. Eles vão se manifestar como personagens no interior dos relatos das notícias, possuindo papéis e falas próprias. Estão submetidos, em parte, aos interesses das empresas e dos jornalistas. Porém, podem ganhar status e voz ativa na história, podendo se transformar em narradores em virtude do jogo de poder em cada circunstância comunicativa. Conforme Motta (2013), no telejornalismo a voz desses personagens pode ganhar maior autonomia em função da imagem que reforça sua individualidade e identidade e, também, porque as fontes estão mais conscientes das disputas simbólicas e se preparam para atuar na mídia. “Além disso, no ambiente profissional, editores cobram cada vez mais dos repórteres a inclusão de personagens-testemunhas no texto das notícias” (MOTTA, 2013, p. 231).

Para Motta (2007) um dos fatores mais importantes para diferenciar a narrativa ficcional da narrativa jornalística é a presença do narrador. O discurso narrativo ficcional é marcado pela presença do narrador. Porém, no jornalismo o narrador-repórter procura se fazer ausente é [...] um narrador que nega até o limite da narração. Finge que não narra, apaga sua presença” (MOTTA, 2007, p. 8).

Iluska Coutinho (2012) defende que as notícias no telejornalismo se estruturam como um drama cotidiano e, assim como Motta (2013), acredita que elas se organizam em torno de conflitos nos quais estão presentes personagens e estereótipos. “É possível identificar a existência de personagens no texto noticioso, de forma latente ou ainda manifesta, e ainda o papel representado por cada um deles na representação dos fatos, são investigados tomando como matriz os estereótipos comumente presentes em obras dramáticas, ficcionais” (COUTINHO, 2006, p. 100). Dessa forma, entre os papéis que aparecem nas narrativas analisadas em sua tese de doutorado, estão os de mocinho, vilão, herói, vítima, expert, parceiro/aliado, mediador, concorrentes, musa ou troféu de disputa. Ainda são constatadas algumas variações destes papéis que seriam os de vilão implícito, neomocinhos ou vilões regenerados/arrepentidos, fiscais ou defensores, beneficiados/favorecidos e ainda o personagem misterioso ou radical.

A pesquisadora (2012) esclarece que o conflito narrativo que aparece nas notícias construídas como drama, em muitos casos, não guarda relação direta com nenhum conflito social (real) que foi registrado fora da tela. A esse tipo de construção dá o nome de pseudoconflito. Nele, “[...] o conflito estaria presente apenas como uma forma de contar a

estória, verídica, na televisão, como estrutura ou opção narrativa” (COUTINHO, 2012, p. 138). Seja no conflito ou pseudoconflito, a apresentação inicial de um ou de outro no telejornal ocorre no texto de abertura das matérias (cabeça) e é interpretado pelos apresentadores com um “convite” para acompanhar a reportagem.

A autora ao propor em seu trabalho que a edição das notícias e do telejornalismo no Brasil tem uma estrutura narrativa característica do drama, esclarece que nelas é peculiar a conclusão de uma ação que se daria por meio de apresentação de uma lição de moral, de uma mensagem educativa, na maioria das vezes acrescida de juízo de valor. Isso se daria por meio do texto do jornalista ou da edição do material e, a partir desse momento, se reafirmariam os papéis do mocinhos e heróis, enquanto a punição dos personagens identificados como “maus” ou vilões seria justificada.

Tradicionalmente aceita nas tramas ficcionais, em diferentes suportes, incluindo a televisão, a apresentação dessa “lição de moral” poderia representar um grande equívoco quando inserida em um relato jornalístico, que deveria ser objetivo segundo os padrões implantados inicialmente em nosso país. Por definição, o texto do jornalista deve ser isento de todo e qualquer juízo de valor segundo reafirmam diversos manuais, ainda que essa perspectiva-modelo seja atualmente objeto de discussões, tanto no âmbito teórico quanto no profissional ou de mercado (COUTINHO, 2012, p. 145).

Para buscar uma definição conceitual de drama Coutinho (2006) recorreu aos clássicos da filosofia grega. A primeira referência de drama se dá em Aristóteles na obra *Poética* e pode ser definida como “imitação da ação”. Para o filósofo além da ação todo drama carrega “igualmente espetáculo, caráter, fábula, falas, canto e idéias” (ARISTÓTELES, 1996, p. 36). Caberia ao poeta esboçar as fábulas, dividi-las em episódios e desenvolvê-las. Dessa forma, “ao drama entendido como imitação ou encenação das ações, corresponderia sua construção por meio de um texto ou roteiro, de linguagem necessariamente clara, de uma narrativa” (COUTINHO, 2012, p. 105). Na busca por um conceito de dramaturgia e teledramaturgia Coutinho (2012) apoia-se em Pallotini (1998) e Pavis (1999). No drama como construção literária estão presentes ação e conflito e, este último, condicionaria o desenvolvimento das ações. Porém, na dramaturgia Pallotini esclarece que para o processo ser desencadeado é necessária a compreensão e o reconhecimento do enredo pelo público. Segundo Pavis (1999), o objetivo final da dramaturgia é representar o mundo, partindo da perspectiva do realismo mimético ou do estabelecimento de um universo autônomo.

Conforme Coutinho (2006), na televisão e no telejornalismo a compreensão da dramaturgia remete a uma organização narrativa, porém, ela não pode ser apenas textual, visto que existem outros elementos em cena:

[...] a noção de dramaturgia do telejornalismo compreende, para além dos aspectos de encenação e do carácter espetacular da atuação de seus profissionais, a organização das matérias editadas, em texto e imagem, de forma a oferecer ao telespectador o desenrolar das ações, vividas e experimentadas por meio da atuação de diferentes personagens colocados em cena. A utilização exacerbada dos recursos audiovisuais de “sobe som” e “vinhetas” poderia ser considerada como a representação, ou imitação, do canto como elemento integrante da receita dramática, em Aristóteles. Por sua vez, o tom emocional dos textos em geral, com destaque para aqueles lidos pelo apresentador e, sobretudo para seu encadeamento ou paginação da edição exibida, garantem o apelo do espetáculo, aqui noticioso. (COUTINHO, 2006, p.123).

Na sua tese a pesquisadora classificou as 60 matérias, que oferecem suporte empírico ao estudo, em três grandes categorias. A primeira é a estrutura narrativa tradicional: (Apresentação – Conflito – Desenvolvimento – Tentativa de solução – Desfecho); no segundo modelo a narração começa a partir do conflito: (Conflito – Desenvolvimento (com recurso de flashback ou não) – Tentativa de solução – Desfecho); e o terceiro modelo apresenta a celebração de acontecimentos vitoriosos (Apresentação – Desenvolvimento – Celebração).

Apesar de estar centrada na telenovela a principal representação da dramaturgia na televisão brasileira, Coutinho (2012) procurou evidenciar que é possível perceber que as notícias veiculadas pelos telejornais estão estruturadas como um drama cotidiano. Se por um lado as telenovelas brasileiras se valem de elementos do cotidiano ou conteúdos informativos nos seus enredos, nos formatos informativos ocorre um processo de dramatização. Sobre a relação entre fatos e ficção Balogh (2002, p. 42) nos diz:

Para amenizar esse processo exasperante que caracteriza os fatos, a matéria dos informativos, os realizadores se viram levados a torná-los mais palatáveis e terminaram por desembocar no universo antes antagônico: o da ficção. Estratégias, posturas enunciativas próprias da ficção passaram a fazer parte do dia-a-dia noticioso.

Acreditamos nesta pesquisa que o Jornal Nacional ao construir as notícias sobre a Seleção Brasileira de Futebol utiliza-se da dramaturgia do telejornalismo e das narrativas apresentadas em Motta (2013).

3.4 Os personagens de TV pelo estereótipo

Quando Motta (2013) se refere ao personagem como figura central da narrativa, o autor afirma que a identificação ou a rejeição da audiência vai se dar em relação às aos

estereótipos construídos e divulgados pela mídia. Personagens do mundo da política, do espetáculo e dos esportes são retratados pelo jornalismo diariamente e suscitam simpatia, paixão, dor, raiva, angústia e outros sentimentos, assim como ocorre na arte e na literatura. No telejornalismo os personagens acabam se tornando o eixo das histórias e frequentemente, através do uso de estereótipos, são identificados pelos telespectadores como mocinhos e bandidos, heróis ou vilões.

Traquina (2008) aponta que o jornalismo contemporâneo tem um modo de ver o mundo que privilegia a visão bipolar, colocando o acontecimento nos polos negativo e positivo. Para isso, usa como valores de construção a personalização e a simplificação. “Os clichês, os estereótipos e as idéias feitas são muitas vezes necessários. Os jornalistas têm obrigação de escrever de uma forma fácil de compreender; por simplificação, portanto entendemos tornar a notícia menos ambígua, reduzir a natureza polissêmica do acontecimento” (TRAQUINA, 2008, p. 91).

Para Ferrés (1998), os estereótipos³⁵ são uma manifestação clara da ideologia latente em um discurso e são a inversão da sedução. Podem ser considerados ao mesmo tempo verdadeiros e falsos. Verdadeiros porque se baseiam em aspectos extraídos da realidade e falsos porque a generalização pode ser vista como uma traição a uma realidade que é complexa e contraditória. Os estereótipos podem ser analisados, de acordo com o autor espanhol, pelo ponto de vista da causa e dos efeitos que produzem. Em relação à causa, os estereótipos são uma redução e simplificação da realidade. “Tanto nos noticiários como na ficção, o uso de estereótipos ajuda a reduzir a incerteza. Os estereótipos contribuem para potencializar a sensação de que se tem controle da realidade, de que esta pode ser conhecida, entendida, explicada, dominada” (FERRÉS, 1998, p.137). Eles ainda podem ser considerados a vitória do inconsciente sobre o consciente, possibilitando o envolvimento emocional do receptor.

Quanto aos efeitos, os estereótipos contribuem para criar ou reforçar ideias e valores. Como eliminam as complexidades, acabam com as contradições. Fazem parte do processo que torna homogênea a interpretação da realidade, ideias, princípios, valores, preferências e comportamentos. De acordo com Ferrés (1998), o estereótipo reflete a ideologia dominante e tende a perpetuar e petrificar as coisas, isolando e desinformando:

³⁵ Para Ferrés (1998, p. 135), os estereótipos são representações sociais, institucionalizadas, reiteradas e reducionistas. São representações sociais porque pressupõem uma visão compartilhada que um coletivo social possui sobre outro coletivo social. São reiteradas porque são criadas com base na repetição. E são reducionistas porque transformam uma realidade complexa em algo simples.

[...] a televisão cumpre a sua função de agente socializador através de um processo lento, mas perseverante de apresentação de concepções estereotipadas da realidade que se vão sedimentando de forma inconsciente. A exposição constante a imagens estereotipadas da realidade leva à construção de algumas representações mentais da realidade igualmente estereotipadas (FERRÉS, 1998, p. 140).

Muitas vezes, essas representações são carregadas de julgamentos anteriores e preconceitos, especialmente em relação aos grupos étnicos, aos papéis sociais e às atividades profissionais. No esporte podemos ver facilmente os estereótipos ligados aos jogadores de futebol que estão no imaginário da sociedade. Como afirma Lippmann (2008, p. 85):

Na maior parte dos casos nós não vemos em primeiro lugar, para então definir, nós definimos primeiro e então vemos. Na confusão brilhante, ruidosa do mundo exterior, pegamos o que nossa cultura já definiu para nós, e tendemos a perceber aquilo que captamos na forma estereotipada para nós por nossa cultura (LI).

A partir do que é mostrado pela TV, os atletas do futebol são vistos como pessoas que normalmente têm uma origem humilde, passaram muitas dificuldades na vida e encontraram dentro de campo uma chance de progredir financeiramente e alcançar o sucesso. Temos os rebeldes e os bons moços. Se atingiram o status de estrelas, recebem cifras milionárias, ostentam belos carros e moram em casas muito confortáveis. Não dispensam uma roda de samba e, em muitos casos, costumam estar envolvidos em confusões com mulheres.

4 COPA DO MUNDO DE FUTEBOL

A Copa do Mundo de futebol teve sua primeira edição realizada no Uruguai em 1930 e contou com a participação de 13 equipes³⁶. O país sul-americano foi eleito sede em virtude das dificuldades de realizar a competição na Europa que estava mergulhada em uma grave crise econômica; pelo centenário da República do Uruguai e por ter sido o campeão olímpico de futebol em 1924 (Paris) e 1928 (Amsterdã). Até então, o campeão olímpico de futebol era tido como o campeão mundial (DUARTE, 1994). A ideia de realizar um torneio que reunisse as melhores seleções do planeta foi de um grupo de franceses, entre os quais estava Jules Rimet, que ocupou os cargos de presidente da Federação Francesa de Futebol e da Federação Internacional de Futebol³⁷ (FIFA). De 1946 a 1970, o troféu do vencedor do torneio levou o seu nome (Taça Jules Rimet). O Brasil, tricampeão em 1970, obteve o direito de ficar com o troféu em definitivo, que mais tarde foi roubado da sede da Confederação Brasileira de Futebol, no Rio de Janeiro.

Em toda sua história a competição passou por uma parada de 12 anos (1938-1950), em virtude da Segunda Guerra Mundial, modificações nas regras e no troféu dado ao vencedor. Mas, sem dúvida, uma das maiores mudanças foi profissionalização do futebol e a evolução de toda a indústria que gira ao seu redor. Um fator que influenciou fortemente o crescimento do megaevento foi a possibilidade de ver as partidas via satélite pela televisão a partir do mundial de 70, no México.

Nos mundiais de 62, no Chile, e de 66, na Inglaterra, a televisão está presente, mas limitada. Os europeus viram o mundial de 66; todavia com relação a 1962, só era possível receber depois de alguns dias, os *tapes* dos jogos. Antes era o cinema que salvava a curiosidade geral. As imagens eram feitas e enviadas por via aérea (DUARTE, 1994, p. XVII).

No Brasil a transmissão da Copa de 1970 representou um marco para a televisão. Pela primeira vez os telespectadores puderam assistir aos jogos ao vivo através de um *pool* de emissoras, entre as quais estava a Globo.

Hoje a Copa do Mundo é considerada o maior evento do esporte mundial, um espetáculo capaz de reunir bilhões de espectadores em frente à televisão garantindo audiências recordes e grande faturamento. No Brasil, a Rede Globo foi a detentora dos

³⁶ Participaram do Mundial, Uruguai, Argentina, Paraguai, Brasil, Bolívia, Chile, Peru, México, Estados Unidos, França, Iugoslávia, Romênia e Bélgica (DUARTE, 1994).

³⁷ Historia de la Copa Mundial de la FIFA.

Disponível em: <<http://es.fifa.com/worldcup/history/index.html>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

direitos de transmissão na TV aberta da Copa do Mundo de 2014 e, também, adquiriu os direitos para transmitir as Copas do Mundo de 2018 e 2022, que serão realizadas respectivamente na Rússia e no Catar. O interesse pelos direitos já dão uma ideia do quanto o investimento pode ser rentável e ampliado para outras áreas. Ainda em 31 de maio de 2012, a Globo Marcas³⁸ obteve o direito de ser a empresa responsável por todo o licenciamento de produtos com a marca do Mundial de 2014. Dessa forma, a empresa das Organizações Globo passou a ter direito exclusivo de fornecimento e distribuição de todos os produtos oficiais da Copa do Mundo em território nacional, além de administrar as lojas oficiais do torneio e realizar vendas pela internet. O acordo entre a Fifa e a Globo Marcas foi anunciado no evento de divulgação da tabela da Copa das Confederações de 2013.

Considerada pela mídia a Copa das Copas, a competição no Brasil propiciou um expressivo crescimento nos dados de audiência, de acordo com o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística³⁹ (Ibope). A Rede Globo conquistou ao longo de todo o evento (12 de junho a 13 julho) uma média de 23,5 pontos no Painel Nacional de Televisão (PNT), que mapeia o consumo das emissoras em todo o Brasil. Essa média é 10% superior à registrada na Copa do Mundo da África do Sul, em 2010, e 37% maior se comparada com o período anterior ao início do torneio. Dados divulgados pela Fifa⁴⁰, em setembro de 2014, apontaram que a final da Copa no Brasil foi vista por mais de 1 bilhão de pessoas em todo o mundo, batendo todos os recordes de um evento internacional. Só na Alemanha, campeã do torneio ao vencer a Argentina por 1 a 0 na final, a decisão foi o evento mais visto da história da televisão local com 34,7 milhões de telespectadores. A Fifa destacou, também, que teve uma renda recorde com um total de US\$ 4,5 bilhões arrecadados. Conforme argumenta Hugo Lovisoló (2003), não podemos imaginar o espetáculo esportivo separado dos meios de

³⁸ Conforme noticiado pelo site Universo Online (UOL).

Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2012/05/31/globo-fecha-mais-um-acordo-com-a-fifa-e-vendera-produtos-oficiais-da-copa-do-mundo-de-2014.htm>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

³⁹ No PNT, cada ponto corresponde a 217.460 domicílios. A Bandeirantes, que também exibiu todos os jogos do Mundial conseguiu a vice-liderança isolada durante as transmissões dos jogos do Brasil e conquistou uma média de 4,1 pontos no PNT, durante todo o torneio de futebol. Com isso, a emissora ampliou em 58% sua média diária em comparação com o período anterior à Copa. Disponível em:

<<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/07/18/TVs-celebram-audiencia-da-copa.html>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

⁴⁰ Dados da FIFA relativos à audiência da final da Copa do Mundo de 2014. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,final-da-copa-do-mundo-foi-vista-por-mais-de-um-bilhao-de-pessoas,1564835>>. Acesso em: 05 jul 2015.

comunicação e do mundo dos negócios, pois ele se tornou um campo de investimentos e lucros:

[...] em todas as etapas do processo esportivo, desde a formação do atleta à transmissão do espetáculo, houve uma crescente racionalização e especialização. Assim, o esporte competitivo e o espetáculo esportivo são dirigidos por especialistas, peritos ou *experts* e, cada vez mais, por empresas especializadas. Temos, então, racionalização, especialização, tecnificação e organização empresarial como dimensões do espetáculo esportivo (LOVISOLO, 2003, p. 242)

O interesse social pelo futebol no Brasil durante a Copa é apropriado pela mídia, segundo Gastaldo (2004, p. 125) que, em princípio, atenderia a uma “demanda social” pré-existente:

[...] produzindo peças de comunicação e criando um circuito de produção e consumo motivado pelo evento em curso, no qual se inserem, além da cobertura dos jogos, cadernos especiais nos jornais e revistas, longas matérias nos telejornais, programas diversos com a temática da Copa, anúncios publicitários, etc, colaborando de modo ativo para definir a realidade nos termos ideológicos da representação do Brasil como “o país do futebol”.

Como explica DaMatta (2006) foi o futebol, pelo seu poder simbólico, que teve capacidade de juntar o hino nacional e o povo, consorciar camisa e bandeira e que tornou popular a ideia de pátria e de nação como algo ao alcance do homem comum e não apenas de quem tinha um nível social mais elevado. “Os campeonatos mundiais que conquistamos obrigaram a juntar civismo burguês e carnaval; jogo e crença religiosa oficial; magia e igreja; investimento capitalista e amor pelo Brasil” (DaMATTA, 2006, p. 111). A Copa de 1970, disputada no México, por exemplo, foi usada pelo regime militar para legitimar o seu projeto de desenvolvimento embalado por slogans como “Pra frente Brasil” e “Este é um país que vai pra frente”.

Podíamos odiar a pátria comandada pelos militares e desdenhar a incompetência dos políticos que levavam o país a ser devorado pelo “dragão inflacionário”, mas não havia como ficar indiferente a essa bandeira verd’amarela quando ela se transmudava em camisa da seleção de futebol e era envergada por pessoas cuja excelência era claramente medida num campo aberto, obedecendo a normas simples, conhecidas por todos (DaMATTA, 2006, p. 111).

Segundo o antropólogo, é através da torcida que o Brasil projeta imagens de si mesmo nos meios de comunicação, imagens que podem ser vistas como autorrepresentações da nossa identidade como povo, sociedade ou nação. Quando mostradas pela televisão, essas imagens

remetem a um povo alegre, amante do samba, da feijoada e das bebidas como caipirinha e cerveja, e que é capaz de viver malandramente “entre a linha tênue que separa o certo do errado”. DaMatta (2006) acredita que a Copa do Mundo para o torcedor brasileiro não é apenas um torneio onde há dinheiro e manipulação de marketing. “É também um campo no qual o país vai decidir seu destino e reafirmar sua vocação para o fracasso ou para a glória. (DaMATTA, 2006, p. 114).

Assim, o autor afirma que quando o Brasil entra em qualquer competição, o esporte se transforma em um instrumento pelo qual vivenciamos a identidade coletiva⁴¹ o drama de se querer um país perfeito.

Eventos como o Mundial de Futebol, que reúnem enormes audiências e são transmitidos ao vivo pela televisão, são chamados de “acontecimentos midiáticos” ou “cerimônias televisivas” por Dayan e Katz (1999). Segundo os autores, esses acontecimentos históricos são capazes de parar uma nação ou até mesmo o mundo e abrangem, além da esfera esportiva, competições políticas, funerais e cerimônias de estado.

As audiências recebem-nas como um convite – ou mesmo uma ordem – para pararem a rotina diária e partilharem uma experiência festiva, e se esta festividade está para a normalidade como um feriado está para o comum dos dias, estes acontecimentos são os dias de férias da comunicação social.

(DAYAN e KATZ, 1999, p.17).

Para os pesquisadores a transmissão do mesmo evento por mais de uma rede de televisão estabelece a necessidade, e até uma certa obrigação, de assistir. E o resultado é uma celebração por parte dos telespectadores que são levados até a se vestirem especialmente para a ocasião e convidados a venerar os símbolos nacionais. “Estas transmissões *integram* as sociedades num pulsar coletivo e invocam uma *renovação da lealdade* para com a sociedade e com a sua autoridade legítima” (DAYAN e KATZ, 1999, p.23).

Os acontecimentos midiáticos normalmente são organizados fora dos meios de comunicação, porém são concebidos para a televisão. Dessa maneira, os autores acreditam que a mídia é chamada ou pede para fazer a cobertura. Assim, a televisão cria uma expectativa sobre o evento, planejando sua divulgação em chamadas e publicidade. É o que observamos durante a Copa do Mundo, quando a Rede Globo promove o Mundial de Futebol

⁴¹ Segundo DaMatta (2006) é durante a Copa do Mundo que a ausência de autoestima e o autojulgamento crítico dão lugar a possibilidade de exaltação de nossas virtudes, pelo menos no campo do futebol. A identidade coletiva faz com que um torcedor se sinta igual ao outro, um cidadão brasileiro independente de classe social ou credo. Todos têm a possibilidade de serem vencedores torcendo pelo país do futebol ao nutrirem um sentimento de patriotismo, do pertencer a algum lugar marcado pela excelência.

através de chamadas institucionais e conteúdo dentro dos telejornais. Contudo, é necessário destacar que nem toda a cobertura é pré-planejada como no caso de mortes, atentados e outros acontecimentos.

Segundo Dayan e Katz (1999), os acontecimentos midiáticos podem ser divididos em Competições, Conquistas e Coroações; constituem possibilidades narrativas que determinam a distribuição dos papéis dentro de cada tipo de acontecimento e a maneira como vão ser encenados. As competições vão desde o Campeonato do Mundo, passando por debates presidenciais, Jogos Olímpicos e escândalos políticos. As conquistas são acontecimentos raros, tanto no aspecto da ocorrência quanto da eficácia. Os autores ressaltam que a vida não é mais a mesma após uma conquista televisionada, não só pela própria conquista, mas pela grandeza da transmissão. As coroações são cortejos, como os funerais, acontecimentos que envolvam a realeza e a coroação de algum feito histórico para um país ou para a humanidade.

Os autores afirmam que as três formas estão interligadas e os casos mais dramáticos geralmente começam por uma competição, passam por uma conquista e acabam em uma coroação, como nos contos de fadas. Um exemplo seria a chegada do homem à Lua. Ocorreu uma competição entre os Estados Unidos e a extinta União Soviética, os norte-americanos conquistaram a Lua e os astronautas considerados heróis foram coroados pela sociedade e pela mídia. Os acontecimentos menos espetaculares também apresentam essa mistura de gêneros:

A entrega dos Óscares é uma Coroação, mas na sua origem está uma Competição. Por vezes, as três fases são acontecimentos televisivos ou constituem uma série de acontecimentos. No entanto, na maior parte dos casos, só uma das fases é celebrada com uma transmissão em directo e esta recorda ou reconstrói as outras fases (DAYAN E KATZ, 1999, p. 39).

A televisão ao contar histórias se utiliza dessa fórmula que está presente no mito, nos contos de fadas, nos livros de história. Conforme Dayan e Katz (1999) os acontecimentos que nos dizem respeito situam-se entre a fronteira da ficção e da realidade. Para os autores, ao adotar as competições e coroações a sociedade lhes dá um significado religioso e as usa para aplacar os deuses e antepassados, para comemorar feitos heroicos e promover a unidade e a memória coletiva. “As competições são um campo de treino para a construção de instituições sociais baseadas em regras” (DAYAN e KATZ, 1999, p. 40). As histórias de conquistas são

igualmente primordiais, segundo os pesquisadores, e foram adotadas por estudiosos⁴² nos esquemas semióticos para a análise de viagens, obstáculos e triunfos dos heróis no processo de restauração da ordem:

Reformulando Propp, Greimas identifica três pontos de viragem no percurso do herói que correspondem aos nossos três tipos de acontecimentos. Um serve para “qualificar” o herói (a Competição); a segunda mostra o herói a ultrapassar os limites humanos (Conquista); o terceiro encena o reconhecimento e a glorificação do herói (Coroação) (DAYAN e KATZ, 1999, p. 40).

Segundo os autores, a televisão, de uma maneira geral, distribui os papéis do evento aos protagonistas e aos telespectadores e, simultaneamente, comenta a natureza desses papéis. Um exemplo seria a rivalidade entre os competidores da Copa do Mundo que é enfatizada na narração dos locutores esportivos e a convocação que é feita para quem está em casa torcer. Para Dayan e Katz (1999) a audiência também pode desempenhar diversos papéis. Nas competições, os telespectadores assumem o papel de partidários, torcem por uma equipe; e também de árbitro, julgam as regras, o vencedor. Nas conquistas o público acompanha a glória do herói. Nas coroações, as audiências reafirmam o juramento de fidelidade e dos valores que estão sendo exaltados. Ao recorrer a este tipo de roteiro, para narrar os grandes acontecimentos, a TV pode contar: “não só com a familiaridade das audiências perante estas formas narrativas, mas também com as expectativas dos telespectadores” (DAYAN E KATZ, 1999, p.43).

Dessa forma, podemos dizer que a Copa do Mundo de Futebol e a sua cobertura jornalística contemplam as três fases dos acontecimentos midiáticos. Temos a competição entre as seleções, a conquista da campeã e a coroação dos vencedores no pódio representando a figura do herói que foi ao campo de batalha, venceu e teve sua glória reconhecida. Assim, os pesquisadores afirmam que os acontecimentos midiáticos constituem rituais de partida e de chegada.

As personagens mais importantes fazem entradas rituais em espaços sagrados, e, se a sorte lhes sorrir, fazem regressos rituais. O processo simples que subjaz a estas formas dramáticas é o *Rito de Passagem*, que consiste num ritual de separação, de entrada num período limiar de testes e ensinamentos, e de regresso à sociedade normal, frequentemente encarnando um novo papel (DAYAN e KATZ, 1999, p. 119).

⁴² O autor se refere a Vladimir Propp e Algirdas Greimas. PROPP, V. *Morphology of the folk-tale*. Austin: University of Texas Press, 1968. GREIMAS, A. J. *Sémantique structurale*. Paris: Larousse, 1966.

A partir deste viés podemos inferir que Dayan e Katz (1999) se aproximam de Eliade (2006) e Campbell (2005) em relação ao mito e à jornada do herói e fazem uma relação do seu percurso dentro dos grandes eventos transmitidos pela televisão.

Pelo exposto até aqui, percebemos a importância do esporte como acontecimento midiático e a necessidade de pesquisar se o Jornal Nacional, ao construir narrativas apoiadas na dramaturgia e no mito do herói, deixa a informação em segundo plano com o objetivo de atrair a audiência para o Mundial de Futebol. Recordamos que nesta pesquisa partimos da hipótese que o Jornal Nacional constrói o mito do herói nas narrativas sobre a Seleção Brasileira de Futebol antes da Copa do Mundo de 2014. E, a partir do momento que a equipe não atinge o desempenho esperado, a cobertura se vale de estratégias depreciativas em relação aos atletas. A hipótese de pesquisa será testada no próximo capítulo.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No início do século XX a análise de conteúdo (AC) desenvolveu-se nos Estados Unidos tendo como foco o material jornalístico e de propaganda. A primeira referência que se tem do método é realizada por Harold Lasswell, em 1915, quando faz análises da imprensa e da propaganda. Mais de dez anos depois, em 1927, o pesquisador lança a edição de *Propaganda Technique in the World War*. Na década de 40, os estudos quantitativos dos jornais multiplicaram-se a partir das experiências da Escola de Jornalismo de Columbia. Esse crescimento tem como grande motivo os interesses do governo norte-americano em descobrir as orientações políticas dos países estrangeiros por meio do conteúdo dos jornais e do rádio. Havia um temor de que esses veículos estivessem divulgando propaganda subversiva. As regras de AC usadas do ponto de vista metodológico foram elaboradas por Berelson⁴³ auxiliado por P. Lazarsfeld e determinavam a descrição objetiva, sistemática e quantitativa dos conteúdos da comunicação. A análise de conteúdo vai ganhar um novo significado a partir de 1977 com Laurence Bardin que a define como:

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações (BARDIN, 2011, p. 37).

Para Bardin (2011) a AC é um método bastante empírico que se dedica a uma interpretação a partir do estabelecimento de um objetivo. A autora lembra que as coisas não estão prontas em análise de conteúdo, mas apenas regras que servem de base e que, por vezes, não são transponíveis. O importante é que “a técnica de análise de conteúdo adequada ao domínio e ao objetivo pretendidos tem de ser reinventada a cada momento, exceto para casos simples e generalizados[...]”(BARDIN, 2011, p. 36). Apesar de ser mais utilizada na comunicação social, o campo de aplicação da AC é bastante vasto, sendo assim, abrange diversas áreas do conhecimento como a psicologia, a sociologia e a linguística. Segundo Bardin (2011, p. 38), “qualquer comunicação, isto é, qualquer veículo de significados de um emissor para um receptor, controlado ou não por este, deveria poder ser escrito, decifrado pelas técnicas de análise de conteúdo”.

⁴³ B. Berelson e P. F. Lazarsfeld foram os responsáveis pelas primeiras publicações sobre AC. *The analysis of communications contentes foi lançado* em 1948 e elaborado em uma parceria das Universidades de Chicago e Columbia, nos Estados Unidos. Em 1952, B. Berelson publicou *Content analysis in communication research*, Glencoe, III, The Free Press (BARDIN, 2011, p.24).

De acordo com a autora, a análise de conteúdo se organiza em três polos cronológicos: a pré-análise, a exploração do material, o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. A fase da pré-análise é tida como a da organização e corresponde “a um período de intuições, mas tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise” (BARDIN, 2011, p. 125). É a partir da “leitura flutuante” que o pesquisador, deixando-se invadir por impressões e orientações, estabelece o primeiro contato com os documentos que serão analisados.

Nesta pesquisa, inicialmente observamos as 23 reportagens exibidas de 07/05/2014 a 02/06/2014 na Série Especial Seleção veiculada pelo JN que davam ênfase à história dos jogadores brasileiros convocados para a Copa do Mundo e que totalizavam 2 horas, 47 minutos e 29 segundos de material. Para acessar as reportagens optamos por gravar com uma câmera HD portátil as matérias disponíveis no portal Globo.com, onde estão disponibilizados os programas da Rede Globo na íntegra, sem as inserções comerciais. O objetivo foi evitar a perda do material, caso o mesmo fosse retirado do portal.

O passo seguinte foi observar a parte do *corpus* referente à cobertura do JN no período da Copa do Mundo⁴⁴. A observação se deu de 12/06/2014 a 12/07/2014, respectivamente, data do início do Mundial e um dia antes da final do megaevento. Estabelecemos um processo de pré-categorização de cada unidade de análise que permitisse a visualização de algumas características do material disponível na tentativa de dar coerência aos *corpus* da pesquisa. O ponto de partida foi basicamente o mesmo utilizado por Gadret (2011). No estudo foi realizada uma separação das unidades de análise com alguns dos elementos principais que compõem um telejornal, sistematizados nos seguintes formatos:

a) Reportagem: cabeça (texto lido pelo apresentador no estúdio), seguido de VT que possua, pelo menos, off, passagem e sonora;

b) Nota coberta ou sonora: texto lido pelo apresentador e coberto por imagens, ou cabeça chamada pelo apresentador no estúdio ou pelo repórter seguida por uma parte da sonora, sem assinatura do repórter;

c) Entrada ao vivo: apresentador lê a cabeça no estúdio e chama um repórter que está em outro local e em tempo real.

Optamos por deixar de fora as manchetes e as chamadas de bloco porque durante o período da realização do Mundial as mesmas fizeram referência basicamente ao evento. No

⁴⁴ O Jornal Nacional que em média tem 30 minutos de produção, durante a Copa do Mundo apresentou uma média de 50 minutos de produção.

mês de junho foram 16 exibições e em julho 11, totalizando 27 edições do Jornal Nacional. O material que compreende o período, também, foi todo gravado do ar com uma câmera HD portátil. Cabe ressaltar, que as matérias ainda estão disponíveis no portal Globo.com, o que deu maior qualidade à seleção das imagens dos planos utilizados na análise que será detalhada mais adiante.

Dessa forma, chegamos a 193 reportagens veiculadas sobre a Copa do Mundo em geral, sendo 93 da Seleção Brasileira. As notas cobertas e sonoras, que se referiam a outras seleções e aspectos da Copa, totalizaram o número de 10, referentes ao elenco brasileiro foram em número de 7. Com relação às entradas ao vivo registramos 30 de Copa como um todo e 41 especificamente sobre a Seleção de Luiz Felipe Scolari. A partir de então, focamos a leitura flutuante nos personagens que mais foram citados nas reportagens, notas cobertas, vivos e sonoras da Seleção Brasileira durante a cobertura da Copa do Mundo. O resultado evidenciou seis jogadores titulares: Neymar (22 vezes), Júlio César (12), David Luiz (12), Thiago Silva (10), Fred (10) e Paulinho (6). Ao observarmos as reportagens veiculadas sobre os 6 jogadores/personagens, dentro do *corpus* Copa do Mundo, chegamos a 21 matérias, totalizando 1h 3 minutos e 34 segundos, o que consideramos um número ainda volumoso para a análise. Por isso, promovemos um novo recorte que será explicitado mais adiante.

No decorrer do processo, segundo Bardin (2011), a leitura vai se tornando mais precisa e é possível evoluir para a formulação de hipóteses e teorias que começam a emergir do próprio material. Com um universo demarcado chega-se a elaboração de um *corpus*, conjunto de documentos que serão submetidos à análise. As principais regras para constituir o *corpus* são a exaustividade, a representatividade, a homogeneidade e a pertinência. A exaustividade pressupõe que é preciso levar em conta todos os elementos do *corpus*. A representatividade, ou seja, a amostra escolhida deve ser representativa do universo inicial. A terceira regra implica que os documentos sejam homogêneos, que sigam critérios precisos de escolha. E a pertinência impõe a necessidade que os documentos do estudo sejam adequados aos objetivos da pesquisa.

Para a constituição do *corpus* final desta dissertação, após a leitura flutuante proposta por Bardin (2011), selecionamos seis reportagens da Série Seleção e seis reportagens veiculadas durante a Copa do Mundo. A escolha das matérias que integram o objeto de pesquisa foi feita em função dos seis personagens que mais apareceram durante o *corpus* Copa do Mundo, com o objetivo de comparar como esses jogadores foram mostrados antes do início do Mundial e no decorrer do mesmo. É importante frisar que o *corpus* Copa do Mundo foi escolhido, também, por apresentar de forma mais evidente as estratégias utilizadas pelo JN

em relação aos jogadores quando os resultados em campo não são os esperados, o que analisaremos mais adiante. Para efeitos de análise o recorte ficou com 1h 1minuto e 20 segundos.

A partir das regras da AC parte-se para a formulação de hipóteses e dos objetivos. “Uma hipótese é uma afirmação provisória que nos propomos a verificar (confirmar ou infirmar), recorrendo aos procedimentos de análise” (BARDIN, 2011, p. 128). A hipótese é uma suposição que tem na intuição a sua origem. Já o objetivo “é a finalidade geral a que nos propomos (ou que é fornecida por uma instância exterior), o quadro teórico e/ou pragmático, no qual os resultados obtidos serão utilizados” (BARDIN, 2011, p. 128).

Após a leitura flutuante realizada, esta dissertação parte da hipótese que o Jornal Nacional constrói o mito do herói nas narrativas sobre a Seleção Brasileira de Futebol antes da Copa do Mundo de 2014. E, a partir do momento que a equipe não atinge o desempenho esperado, a cobertura se vale de estratégias depreciativas em relação aos atletas.

O objetivo geral da pesquisa é o de investigar como o Jornal Nacional constrói o mito do herói nas narrativas sobre os jogadores da Seleção Brasileira de Futebol antes da Copa do Mundo de 2014 e, a partir do momento que os jogadores e os resultados não inspiram confiança, verificar qual é a estratégia utilizada pelo telejornal para não se comprometer em relação à audiência. Os objetivos específicos visam identificar quem são os personagens mais recorrentes que aparecem nas narrativas sobre a Seleção Brasileira de Futebol, mapear os recursos da narrativa verbal e audiovisual que identificam o mito do herói nas reportagens selecionadas e evidenciar que tipo de recursos da narrativa verbal e audiovisual estão associados aos atletas quando a Seleção Brasileira de Futebol não atinge o desempenho esperado.

5.1 Análise do Objeto

Definidas as hipóteses e os objetivos, o próximo passo da pré-análise é a codificação daquilo que foi visto pelo pesquisador. Bardin (2011, p.133) explica que a codificação é uma transformação que segue regras precisas: [...] dos dados brutos do texto, transformação esta que, por recorte, agregação e enumeração, permite atingir uma representação do conteúdo ou da sua expressão; suscetível de esclarecer o analista acerca das características do texto, que podem servir de índices [...].

Como nosso objetivo geral, em sua primeira parte, visa investigar como o JN constrói o mito do herói nas narrativas sobre os jogadores da Seleção Brasileira de Futebol antes da Copa do Mundo de 2014, primeiramente precisamos verificar se existem suficientes indícios das características referentes ao tema. Em uma análise *a priori* constatamos que as características do herói, citadas no primeiro capítulo deste trabalho, foram identificadas nas 23 reportagens da Série Seleção, embora algumas delas não estejam presentes em todas as matérias. Desta maneira, recorreremos à análise temática, que “consiste em descobrir os “núcleos de sentido” que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição, pode significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido” (BARDIN, 2011, p.135).

Segundo a autora, a análise pode ser feita por aproximação semântica, ao que também procedemos. Assim, em nossa análise, por exemplo, **vitória** pode ser associada à: conquista de títulos nacionais e internacionais, convocação para a Seleção, ingresso em um novo clube; **amor** pode ser associado à: paternidade, maternidade, família, casamento, bondade, solidariedade; já a **derrota** nos remete à: perda de jogos importantes, dispensa de um clube, doença, briga com o técnico, possibilidade de deixar a carreira. Por aproximação, o **renascimento** pode ser visto como: o nascer depois da ameaça de um aborto, se salvar de um acidente, uma nova oportunidade em um clube, uma transferência milionária, voltar a jogar após uma doença; a **persistência** pode ser compreendida: pela vontade de arrumar um clube para iniciar a carreira mesmo longe de casa, seguir tentando uma oportunidade após uma dispensa ou grande derrota, se impor um desafio na Seleção. O **desprezo** pode ser aproximado semanticamente: pelo racismo, críticas fortes e xingamentos da torcida e sociedade em geral, falta de confiança em relação à capacidade de ser atleta, proibição de treinar no clube com a qual possui contrato.

A etapa seguinte, após a análise temática, é estabelecer a unidade de registro e de contexto. A primeira é “a unidade de significação codificada e corresponde ao segmento de conteúdo considerado unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial (BARDIN, 2011, p. 134). A unidade de registro pode ser tanto uma palavra, como frases, temas, personagem, objeto, acontecimento ou documentos. É desse processo que derivam as categorias que, por sua vez, estão inseridas no cenário da unidade de contexto, que serve para Bardin (2011, p. 137) “de unidade de compreensão para codificar a unidade de registro e corresponde ao segmento da mensagem, cujas dimensões (superiores às da unidade de registro) são ótimas para que se possa compreender a significação exata da unidade de registro”. Neste trabalho as unidades de registro foram definidas como palavra, frase e personagem e a unidade de contexto, a reportagem.

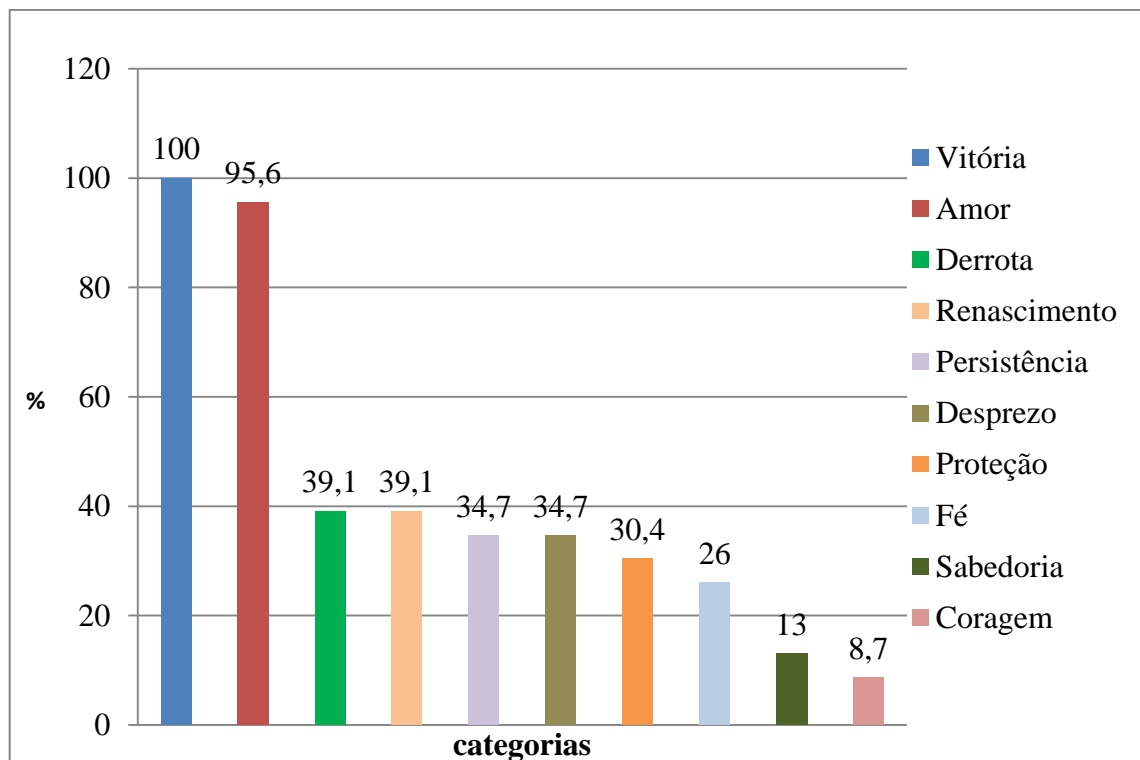
Conhecidas as regras para a codificação do material passamos para a primeira análise desta pesquisa que vai observar quais as características que remetem ao mito do herói presentes nas 23 reportagens da Série Seleção. A partir do material, nos propomos a identificar as características do herói mais relevantes e a frequência com que elas aparecem na narrativa verbal. De acordo com o que foi exposto no primeiro capítulo desta dissertação, citaremos de maneira breve as características do herói em Campbell (2005) a fim de facilitar a compreensão da análise que nos propomos:

- Amor – o herói é dotado de talento para obter a benção do amor, que é a própria vida, ele é possuidor de um coração gentil.
- Coragem – a fim de realizar a tarefa para a qual foi chamado o herói precisa deixar os medos de lado e enfrentar o percurso desconhecido e sombrio da iniciação.
- Persistência – ao vencer as limitações locais e pessoais o herói persiste no seu objetivo pré-determinado.
- Proteção – O primeiro encontro da jornada do herói se dá com uma figura protetora, que oferece ao aventureiro amuletos contra as forças obscuras que ele vai enfrentar.
- Fé – Em um mundo desconhecido e cheio de perigos, o herói se apega às divindades protetoras do universo e crenças mais profundas para seguir em sua caminhada.
- Desprezo – Apesar de ser dotado de dons excepcionais e geralmente respeitado pela sociedade da qual faz parte, o herói pode não receber o reconhecimento merecido ou ser objeto de desdém.
- Derrota – em sua jornada o herói pode perder, em algum momento, no campo de batalha e pensar em desistir. Nesses momentos, o herói pode contar com a ajuda de forças sobrenaturais.
- Vitória – Após executar as provas e alcançar o objetivo proposto o herói faz a passagem pelo limiar do retorno vitorioso.
- Sabedoria – O herói volta para sua terra ou comunidade com a benção obtida que restaura o mundo e traz ensinamentos na sua reintegração à sociedade.

- Renascimento – Ao voltar o herói reemerge do reino do terror no qual enfrentou diversas provações e, por vezes, até a morte. O significado é o renascer para uma nova vida.

Seguindo a metodologia de Bardin (2011), quando medimos a frequência de existência de um determinado elemento na mensagem, estamos procedendo com uma abordagem quantitativa e chegamos aos resultados por meio de um método estatístico. Dessa maneira, verificamos que a característica do herói **Vitória** apareceu em todas as 23 reportagens (100%) do total; seguida por **Amor** com 22 reportagens (95,6%); **Derrota** com 9 reportagens (39,1%) e **Renascimento** totalizando também 9 reportagens (39,1%). Já as características **Desprezo** e **Persistência** apareceram cada uma em 8 reportagens (34,7%); **Proteção** com 7 reportagens (30,4%); **Fé** totalizando 6 matérias (26%); **Sabedoria** com 3 reportagens (13%) e **Coragem** que apareceu em 2 matérias (8,7%). O gráfico a seguir apresenta os resultados acima descritos.

Gráfico 1 – Características do herói presentes nas 23 reportagens da Série Seleção.

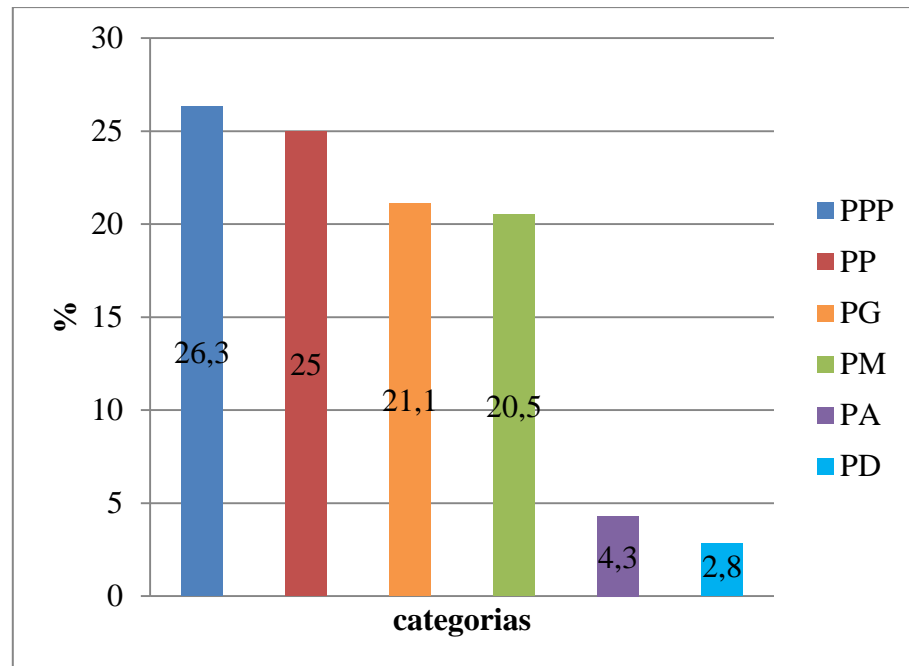


Fonte: A Autora, 2016.

A partir dos resultados obtidos, confirmamos a presença nas reportagens das características do herói em Campbell (2005). Como já afirmamos anteriormente no referencial teórico, a produção de sentido na televisão se dá através do imbricamento da narrativa verbal e da narrativa audiovisual. Assim sendo, nesta pesquisa selecionaremos um plano em “quadro parado” que será utilizado conjuntamente na análise de cada uma das categorias. Para procedermos à escolha do plano, também optaremos por uma abordagem quantitativa. Mais uma vez, de maneira resumida, retornaremos à definição dos planos descritos no terceiro capítulo desta pesquisa:

- Plano geral (PG) ou aberto – situa o telespectador onde a cena acontece, inclui o cenário e os personagens, mostra todo o corpo da figura humana.
- Plano americano (PA) – A figura humana é enquadrada na altura do joelho.
- Plano médio (PM) – É um enquadramento que mostra a figura humana da cintura para cima.
- Primeiro plano (PP) – A figura humana é mostrada na altura do peito.
- *Close-up* ou primeiríssimo plano (PPP) – A figura humana é enquadrada dos ombros para cima.
- Plano detalhe (PD) – Pode enquadrar partes de uma pessoa ou objeto.

Neste segundo passo, realizamos a contagem de todos os planos das 23 reportagens da Série Seleção. O resultado apontou 3.067 planos, dos quais o **Primeiríssimo Plano** obteve 806 aparições (26,3%); o **Primeiro Plano** (PP) 764 (25%); o **Plano Geral** (PG) foi usado em 648 oportunidades (21,1%); o **Plano Médio** (PM) em 630 (20,5%); o **Plano Americano** (PA) apareceu 133 vezes (4,3%) e o **Plano Detalhe** (PD) em 86 (2,8%). A representação gráfica a seguir exemplifica todos os planos analisados e quantificados.

Gráfico 2 – Percentual de planos nas reportagens da Série Seleção.

Fonte: A Autora, 2016.

Após a etapa descrita, podemos evoluir para análise qualitativa que deverá levar ao alcance do objetivo proposto. Para isso, Bardin (2011) afirma que é preciso realizar a o processo de categorização do material que é uma “operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero (analogia) com os critérios previamente definidos” (BARDIN, 2011, p. 147). Podendo ser consideradas rubricas ou classes, as categorias reúnem as unidades de registro sob um título genérico, agrupando os elementos que apresentam características em comum.

Conforme Bardin (2011, p. 149), o primeiro objetivo desse processo é “fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos”. Para que ela seja fiel ao *corpus* submetido à análise de conteúdo é imprescindível que as categorias sejam estabelecidas a partir de cinco pontos: a exclusão mútua (um elemento pode existir em somente uma divisão); a homogeneidade (todas as classes devem ser orientadas por um único princípio de classificação); a pertinência (o sistema precisa estar de acordo com as hipóteses e objetivos do pesquisador); a fidelidade (devem estar claros, desde o início do processo, os índices que determinarão o ingresso dos elementos nas categorias); e a produtividade (as divisões devem produzir resultados férteis e, principalmente, dados exatos). Na fase de preparação do material é preciso que o analista tome uma série de decisões. Uma primeira escolha diz respeito ao modo como será feita a medição dos elementos constituintes do *corpus*, bem como o critério que será aplicado nessa classificação.

Optamos neste estudo, após a análise quantitativa, selecionar as seis características do herói que mais aparecem na Série Seleção para compor o quadro de categorias de análise. Da mesma forma, em relação à narrativa audiovisual, utilizaremos uma imagem em “quadro parado” de um primeiríssimo plano (PPP) para complementar o quadro que analisa as reportagens. Caso o plano referido não expresse o sentido proposto na edição da reportagem analisada, utilizaremos o plano quantificado em segundo lugar e assim sucessivamente.

Com a definição dos índices, das categorias e dos critérios a serem aplicados na classificação das unidades de informação encerra-se a pré-análise e começa a etapa de exploração do material. Para Bardin (2011, p. 131), se as operações iniciais foram bem concluídas, seja se tratando de “procedimentos aplicados manualmente ou de operações efetuadas por computador, o decorrer do programa completa-se mecanicamente”. Conforme a autora, neste segundo momento da aplicação das técnicas de análise de conteúdo o pesquisador realiza a codificação, decomposição ou enumeração, procedimentos que consistem em identificar os índices para, posteriormente, classificar os elementos do *corpus* nas categorias definidas. Ao longo do processo, se faz necessário considerar tanto as unidades de registro quanto as de contexto.

5.2 Em busca do mito do herói

Na primeira parte do *corpus* desta pesquisa formada pela Série Seleção serão analisadas, como descrito anteriormente, seis reportagens. É importante lembrar que foram utilizadas as unidades de registro palavra, frase e personagem. Para a unidade personagem foram selecionadas pela análise quantitativa as seis primeiras categorias: **vitória**, **amor**, **derrota**, **renascimento**, **persistência** e **desprezo**, referentes às características do herói embasadas em Campbell (2005). Ao compor os quadros de análise utilizaremos uma imagem de um plano em “quadro parado” correspondente a cada uma das categorias escolhidas.

Ao elaborarmos as tabelas com a transcrição das reportagens (Apêndice 1) estabelecemos a narrativa audiovisual (onde decupamos as imagens e a sonorização do VT) e a narrativa verbal, que é o texto da reportagem. Nesse texto já destacamos em negrito as palavras ou frases que remetem as características do herói (CAMPBELL, 2005) e que serão mostradas nos quadros de análise que virão a seguir.

5.2.1 O personagem David Luiz

Quadro 01 - Características do herói na reportagem exibida em 07.05.2014

Características do herói	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Vitória		<p>Os cachinhos do David Luiz são conhecidos pelo mundo inteiro, em muitos lugares têm peruca, Quando aconteceu a primeira convocação, ele ligou para mim e falou: pai, chegamos, Chegou e ficou, Titular e segundo capitão da seleção brasileira, Não existe outro igual àquele gol que ele fez lá né? salvar a seleção, é um golaço! Campeão da Liga dos Campeões da Europa com o Chelsea da Inglaterra.</p>
Amor		<p>Assumidamente um careta, David não bebe, não tem vícios ruins, não é uma pessoa briguenta, com a benção da Dona Regina, Essa é a bandeira do bonde, O bonde da alegria, O bonde do David Luiz percorreu todos os estádios por onde a seleção jogou na Copa das Confederações, Ela organizou o bonde e ligava pra mim: ô filho eu só preciso de uns bilhetinhos, O bonde virou projeto social em Juiz de Fora, Pais, sobrinho, irmã, primos, amigos, eles vestem David. Eles são apaixonados, É meu orgulho, Ele já falou para mim que eu sou o irmão dele, Todo mundo é?, David Luiz!, providenciou a aposentadoria, dos pais, Eu tirava 80 % e dava para os meus pais, dei a casa e falei: vocês podem parar de trabalhar, vocês trabalharam muito, na paixão.</p>

Derrota		o telefone do seu Ladislao tocou, o seu filho tá sendo dispensado. Ele estava choroso, chorando muito, não queria sair de dentro do Morumbi. Ele não queria sair de jeito nenhum.
Renascimento		seria aprovado no Vitória da Bahia, o volante virou zagueiro de sucesso e, aos 18, já era jogador do Benfica de Portugal.
Persistência		Sua vida não termina aqui. Sua vida começa uma nova fase a partir daqui.

Na última fase da análise de conteúdo antes das considerações finais, de acordo com Bardin (2011, p. 131), o pesquisador está apto a “propor inferências ou adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos”. Depois da categorização e da organização dos resultados obtidos em gráficos, quadros e tabelas, o analista já possui as informações necessárias para, senão verificar o objetivo geral e a hipótese de estudo, ao menos traçar um amplo panorama sobre o objeto em questão.

A Série Seleção do Jornal Nacional aborda a história de vida dos 23 jogadores convocados para disputar a Copa do Mundo de 2014 pela Seleção Brasileira de Futebol. O zagueiro David Luiz é o personagem da estreia em 07/05/2014, a pouco mais de um mês para o início do Mundial. A presença do técnico da Seleção Luiz Felipe Scolari na bancada do telejornal marca o começo da série, uma estratégia para dar mais destaque ao conteúdo que será exibido. É interessante lembrar que além dos apresentadores, só em coberturas especiais convidados estão presentes na bancada, em ocasiões como as Copas e as eleições

presidenciais. Ao chamar a matéria o apresentador William Bonner convida o técnico da Seleção para acompanhar a primeira das reportagens especiais.

A matéria do repórter Tino Marcos destaca na abertura a especialidade do jogador: a “careta”. As imagens em primeiríssimo e primeiro plano reforçam a ideia do jovem brincalhão, de bem com a vida que adora fazer movimentos engraçados com o rosto. A narrativa verbal trabalha com o sentido da palavra ao falar de um jogador “assumidamente careta”, o que na gíria, revelaria alguém que pode ser alvo de um certo desprezo, por parte de um grupo, em virtude de ser comportado demais. No caso do jogador, a mãe explica o sentido: “David não bebe, não tem vícios ruins, não é uma pessoa briguenta”. O jogador é mostrado como um bom menino e ao mesmo tempo “brincalhão”. A palavra é citada pelos menos cinco vezes, não só na fala da mãe e da irmã, mas também nas entrevistas dos amigos e acompanhada pelas imagens de David com um grande pente no cabelo em uma partida pela Seleção Brasileira, fazendo careta, brincando na hora da comemoração de gol com outros companheiros de equipe. Esse traço da personalidade do atleta segue sendo destacado quando o repórter ressalta que David Luiz é “implicante com os amigos”, nesse momento a imagem e sobe som mostram o jogador com dois deles, rindo e debochando do jeito que um dos jovens é: “esse é o moleque energia, olha o semblante dele”.

Podemos dizer que até o primeiro minuto da reportagem, o jogador pode ser visto como um “herói humano”, como explica Campbell (2005), ele é menos fabuloso do que na idade mitológica e se aproxima mais do homem comum. A única qualidade ressaltada que remete ao herói de muitas façanhas é a bondade, explicitada na fala da mãe ao ressaltar as virtudes do filho “careta”, ou seja, um homem de bem. De certa forma, também existe um comparativo que pode ser feito em relação à estrela cômica de Morin (1989). Temos um atleta que é ídolo de multidões e que tem entre as suas principais características o jeito engraçado de ser, seria o herói cômico, herdeiro dos bufões e palhaços.

A narrativa prossegue calcada no lado extrovertido do jogador. Ao dizer que o garoto cresceu e com ele “o cabelo”, o próprio David Luiz confirma a origem do mesmo: “africana!”. As imagens revelam a grande cabeleira do atleta, em primeiro plano, correndo com os uniformes do Chelsea da Inglaterra e da Seleção Brasileira. Cabeleira que de acordo com a matéria “virou marca” e o atleta reforça a informação ao dizer que “os cachinhos do David Luiz são conhecidos pelo mundo inteiro”. A cena dos torcedores do Chelsea usando as perucas com cachinhos confirma o que o jogador está dizendo. A partir desse momento, a questão do ídolo vitorioso que é conhecido mundialmente começa a ser evidenciada e é afirmada, mais uma vez, a condição de estrela cômica.

O projeto social do jogador também ganha destaque quando o repórter conta o que é o “bonde do David Luiz” e são mostradas imagens da iniciativa na Copa das Confederações no qual os integrantes da organização estavam usando perucas verdes e amarelas. A matéria exhibe um evento do projeto com crianças carentes e da casa da mãe do jogador onde são realizadas algumas atividades. No *off* é destacado que é comum ver as camisas 4 de David Luiz passando de um lado para outro com “o número do bonde”. O que reforça a ideia da participação dele no projeto, mesmo à distância. E isso acaba sendo confirmado na passagem de Tino Marcos quando diz que: “de certa maneira, ele tá sempre por aqui. Pais, sobrinho, irmã, primos, amigos, eles vestem David. Eles são apaixonados”. No quadro 1 podemos ver um plano da camiseta 4 representando a característica “amor”, em virtude da atitude solidária do jogador com as crianças e de todo o envolvimento de familiares com ele e com o projeto, o que exemplifica que o herói possui “um coração gentil”, nas palavras de Campbell (2005). O autor também nos fala do retorno vitorioso do herói, no qual ele traz o elixir ou as bênçãos para sua comunidade, o que está expresso no compromisso social do “bonde do David Luiz”.

A narrativa prossegue contando um pouco da infância de David, mostrando imagens dele jogando quando criança e fotos animadas na pós-produção. Tino Marcos conta sobre a permanência do zagueiro dos 12 aos 14 anos no São Paulo e do telefonema que o pai do jogador recebeu com a dispensa dele do clube. É a “derrota” que o herói enfrenta na sua jornada e que é representada (quadro 1) em um primeiríssimo plano da edição do VT pelo rosto preocupado do jogador, mas já na idade adulta.

Depois disso, a sonorização ganha um tom dramático e a imagem (quadro 1) mostra o pai com o rosto triste, mas que dá exemplo de persistência ao filho ao dizer: “Sua vida não termina aqui. Sua vida começa uma nova fase a partir daqui”. E David Luiz foi persistente, seguiu no mesmo ano para o Vitória da Bahia. Lá foi aprovado e renasceu para a possibilidade de ser atleta profissional indo jogar no Benfica de Portugal. As imagens dos gols pelo time português e do jogador ajoelhado rezando no campo (quadro 1) além de remeterem à categoria “renascimento” também estabelecem uma relação com a fé que o herói possui.

A sonorização começa a ganhar força. Nesse momento, o telespectador já sabe o que vai ouvir, a partir das imagens acústicas que formam o imaginário sonoro e que constituem um processo, na maior parte das vezes, inconsciente. É a chamada pré-auditabilidade proposta por Sá (1991), sobre a qual discorreremos no sub-capítulo relacionado à imagem e som. A partir de então, as façanhas de David Luiz são mostradas com o chamado recebido para a Seleção Brasileira onde conforme o repórter: “chegou e ficou”. O primeiríssimo plano (PP) do

quadro 1, referente à característica “vitória” reafirma a conquista de estar vestindo a camiseta canarinho. E estabelece uma relação de proximidade do telespectador com o personagem.

A narrativa segue enaltecendo o atleta “titular”, “segundo capitão da Seleção Brasileira” e mostra mais um dos seus feitos no jogo contra a Espanha pela Copa das Confederações. O zagueiro evitou o gol contra e impediu o gol do time adversário, o que chega a ser considerado um “um golaço” pelo repórter. Questão que é reforçada pelos vários ângulos da jogada e pelo sobe som do narrador Galvão Bueno gritando o nome do atleta. As vitórias ainda seguem sendo citadas ao lembrar que o jogador foi “Campeão da Liga dos Campeões da Europa com o Chelsea da Inglaterra”. Chegando ao fim da reportagem, a sonorização ganha um tom mais suave e a narrativa volta a lembrar o David Luiz “careta” em fotos animadas e o zagueiro fala que: “os dentes não foram feitos só pra morder e sim pra sorrir”.

Ao ser questionado sobre como se ganha, ele responde e deixa os ensinamentos que trouxe consigo depois da jornada: “Na atitude, no querer, no demonstrar, na garra, na paixão. Todos nós podemos, basta a gente querer, querer de verdade”. As imagens que acompanham o *off* e reafirmam essa condição mostram disputas de bolas, torcida enrolada na bandeira e David com a taça da Copa das Confederações. Ao conceituar a dramaturgia do telejornalismo, Coutinho (2012) lembra que a conclusão de uma narrativa pode se dar por meio de uma lição de moral ou mensagem educativa, o que identificamos na fala do personagem David Luiz. Além disso, temos presente o conflito, no momento em que o jogador é dispensado do São Paulo e se nega a deixar o estádio Morumbi. As indicações acima, aliadas à edição que usa recursos de pós-produção e sonorização, predomínio do primeiríssimo plano (PPP), caracterizam o drama contado na reportagem.

No fim do VT David Luiz respira fundo e diz: “Eu só tenho mesmo que agradecer na minha vida”. A imagem de encerramento da edição mostra o jogador em câmera lenta, ajoelhado, agradecendo com os dedos levantados em direção ao céu, reafirmando sua condição de protegido “pelos deuses” e possuidor de fé, segundo Campbell (2005).





Após a reportagem, Patrícia Poeta volta na bancada e pergunta ao técnico Luiz Felipe Scolari se ele conhecia tantos detalhes da vida do David Luiz. Ele diz que tantos detalhes não, mas sabia do trabalho social desenvolvido junto com os pais e do jeito ousado, abusado, quando ele não está dentro de campo. O técnico se diz emocionado e destaca a importância do JN mostrar a história dos jogadores e da superação deles para chegar até a Seleção. William Bonner ressalta que as reportagens são muito emocionantes e que as histórias de superação entre os jogadores são muito parecidas.

Existe aí a clara intenção de chamar a audiência para ver as demais matérias através do apelo emocional. Como nos alerta Ferrés (1998), a influência da televisão é exercida na esfera da emotividade, a qual pode condicionar a liberdade humana e burlar a racionalidade ao agir sobre o inconsciente. No caso de David Luiz, a exaltação do jogador tende a satisfazer de alguma maneira as necessidades emocionais dos telespectadores, promove a identificação e a projeção, o que facilita a desfragmentação do personagem e o emergir das dimensões positivas.

5.2.2 O personagem Paulinho

Quadro 2 – Características do herói na reportagem exibida em 09.05.2014

Características do herói	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Vitória		<p>de vitórias surpreendentes, E foi o Audax que abriu as portas pra nós, no caso, né? Campeão Brasileiro, da Libertadores, do Mundial. Titular da Seleção Brasileira. Jogador do Tottenham, do milionário futebol inglês.</p>
Amor		<p>Ama futebol, Tem que ser que nem o Paulinho, na hora certa, no lugar certo, Vê se a dona Érica ia deixar o Paulinho desistir do futebol, A família foi decisiva, incluindo, claro, o Marcos, Graças a Deus, eu sou muito pai deles, tenho maior orgulho disso, Marcos se casou com dona Érica quando Paulinho tinha três meses de vida, Ele não teve o pai ali dele presente, mas ele teve o Marcos.</p>

Derrota		<p>quase parou de jogar, uma história de muitos tropeços, foram vários nãos, Ele bateu no São Paulo, bateu no Corinthians, Barueri também, também não se adaptou, Era reserva, quase não jogou, Era o limite para ele, disse que não queria mais jogar futebol, A intenção dele realmente era parar, porque ele estava muito insatisfeito.</p>
Renascimento		<p>E ele decidiu seguir, Mudou de opinião, Da escolinha do Ninho ao Audax, onde Paulinho recomeçou, na quarta divisão paulista, Dois anos depois, chegava ao Corinthians. Futebol ele é bom por causa disso, ele pode mudar muito rápido.</p>
Persistência		<p>Ninho foi com Paulinho bater à porta de vários clubes, Apostava nele, Iam de ônibus, e na roleta, cabiam os dois, Ficava na frente, pequenininho, empurrava ele, passava com uma passagem só. eu falei: não, tem alguma coisa pra você ainda, né? Vamos dar o nosso último tiro, né? Para ir aos treinos, Paulinho experimentou todas as possibilidades do transporte público paulistano, Acordava lá às 5h40 da manhã e pegava lotação, pegava trem, pegava metrô, pegava ônibus, ela tinha mais argumentos para convencê-lo a não desistir, você não sabe fazer nada a não ser jogar futebol.</p>
Desprezo		<p>descobriu um mundo hostil, Foi apresentado ao racismo, daí você vê algumas pessoas imitando macacos, esbarrando em você pra procurar brigas, então pô, às vezes você pensa: Pô o que que eu tô fazendo aqui? Eu não necessito, não preciso disso, de passar por essas situações.</p>

A reportagem apresentada no dia 09/05/2014 destaca o volante Paulinho. Ao chamar o VT William Bonner já estabelece o tom dramático da matéria que virá a seguir ao dizer que: “o Tino Marcos conta hoje a história de um titular de Luiz Felipe Scolari que quase parou de jogar”. A primeira frase do *off* só reforça o que foi dito anteriormente pelo apresentador: “Esta é uma história de muitos tropeços e de vitórias surpreendentes”. As imagens mostram meninos jogando futebol em um campo de terra, Paulinho fazendo gol e um primeiro plano dele com a camisa da Seleção em câmera lenta. A sonora da mãe do jogador afirma que a história do Paulinho “é uma história bonita”, o que de certa forma convida o telespectador a seguir na audiência. A sonorização inicia dando a ideia de drama, mas muda totalmente após um *fade out*⁴⁵, quando o repórter começa a contar a história do jogador no subúrbio da zona leste de São Paulo. A passagem do VT começa na imagem de um ninho de passarinho em uma árvore, em sua narrativa o repórter vai definindo qual a função do ninho e assim realizando uma analogia com “outro Ninho” que será introduzido na história e terá muita importância na vida do volante da Seleção.

O treinador Ninho foi o responsável por levar Paulinho para tentar fazer teste em vários clubes: “Apostava nele. Iam de ônibus, e na roleta, cabiam os dois”. O auxílio na jornada que o herói vai trilhar, segundo Campbell (2005), surge de uma figura protetora que fornecerá ao aventureiro ajuda para enfrentar as terríveis forças que estão por vir. Podemos identificar essa figura no seu primeiro treinador. Os dois juntos ouviram “vários nãos” de acordo com o repórter, o que caracteriza as primeiras derrotas na jornada de Paulinho e que estão expressas na imagem do quadro 2 que mostra o jogador quando menino.

Mas, Ninho seguia incentivando o seu pequeno atleta, numa atitude de persistência (quadro 2): “não, tem alguma coisa pra você ainda, né? Vamos dar o nosso último tiro, né?” O treinador de perfil com a foto de Paulinho ao fundo confirmam a vontade de seguir tentando de Ninho. Até esse momento, a sonorização vinha em um tom mais tranquilo e ganha um pouco mais de ritmo e intensidade quando Paulinho e seu treinador obtiveram a primeira vitória. O volante foi aceito no modesto time do Audax e precisou de muita persistência para ir aos treinos: “Acordava lá às 5h40 da manhã e pegava lotação, pegava trem, pegava metrô, pegava ônibus.” As imagens mostram esses meios de transporte e, logo a seguir, de um avião quando o repórter conta que o volante viajou e foi para o desconhecido Vilnius da Lituânia.

Tino Marcos relata que o jogador: “descobriu um mundo hostil. Foi apresentado ao racismo”. A sonorização começa a ganhar características que remetem à tristeza e o atleta conta pelo que passou. As imagens produzidas mostrando silhuetas de pessoas caminhando, praticamente

⁴⁵ É um recurso de edição no qual ocorre o desaparecimento gradual de um plano até chegar a imagem neutra que é uma tela preta, no caso da reportagem analisada.

sem a presença de cor, podem ser associadas ao drama vivido pelo jogador. Assim como a emoção que fica mais evidenciada com o primeiríssimo plano do rosto triste de Paulinho, vítima de desprezo (quadro 2). Campbell (2005) nos lembra que mesmo sendo honrado pela sociedade, o herói pode ser objeto de desdém.

Esse momento da história também nos remete ao referencial de Coutinho (2012) no qual os personagens podem desempenhar diversos papéis no drama informativo, de herói o volante passou a ser mostrado como vítima, trazendo a conexão com a tradicional luta bem contra o mal. Essa ambiguidade é tratada por Ferrés (1998) ao analisar a realidade estereotipada mostrada na televisão e seus efeitos no inconsciente do receptor. Como o inconsciente é simples e dual ativa os mecanismos de identificação e projeção através de diferenciações simples. Assim, o estereótipo desperta de uma maneira fácil as emoções mais elementares.

Depois do episódio de racismo na Lituânia, a matéria mostra que o jogador mudou para a Polônia: “não se adaptou” e “quase não jogou” e chegou a pensar em desistir do futebol. Na sua jornada, o volante mais uma vez enfrenta uma derrota em sua caminhada. E pensa em desistir, mas a esposa, grávida argumenta: “você não sabe fazer nada a não ser jogar futebol”. A figura da mulher como guia, que aparece em contos (fada) e na mitologia (deusa) se faz presente na narrativa (CAMPBELL, 2005). As fotos do jogador com a mulher e a filha em primeiríssimo plano ilustram esse momento difícil vivido por Paulinho. Diante dos apelos e a persistência da esposa o volante decide seguir.

A sonorização muda para um ritmo mais acelerado e para cima. As imagens do jogador em câmera lenta comemorando um gol pela Seleção e pelo Corinthians conduzem o telespectador para uma fase mais feliz na história. Paulinho persistiu e venceu mais uma vez. Como nos indica Rubio (2001), o atleta vitorioso pode ser derrotado em algum momento da carreira. Porém, o trajeto que ele percorreu até conquistar a titularidade na Seleção Nacional, por exemplo, é repleto de provas de resistência e persistência.

O lado temperamental do jogador é citado pela mãe. Dona Érica começa a ganhar destaque na história e é apresentada como amante do futebol e uma das responsáveis pelo filho continuar na carreira juntamente com o padrasto. O close no rosto dela exemplifica o amor que está presente na vida do herói (quadro 2). O companheiro de dona Érica assume Paulinho como filho, tornando-se um dos seus maiores incentivadores. Da mesma forma que o treinador da infância, o padrasto de Paulinho pode ser visto como mais uma figura masculina que vem auxiliar na difícil iniciação do herói na sua trajetória.

Tino Marcos retoma a história da carreira do jogador ao contar que ele recomeçou no Audax e dois anos depois foi para o Corinthians (quadro 2). O renascimento do volante está

explicitado na imagem dele com a camisa do Corinthians, antes de uma partida, cantando o hino nacional. A sonorização ganha intensidade remetendo ao momento épico que está por vir. O volante faz sucesso no clube paulista, é convocado para a Seleção e chega ao futebol inglês. A narrativa verbal é acompanhada pelas imagens de comemoração de título pelo Corinthians, abraço de Felipão em partida da Seleção e do jogador no estádio inglês.

O repórter afirma que dona Érica, Marco e Ninho terão uma Copa inteira para torcer e que a estreia da Seleção será em São Paulo. O *off* soa como um convite para o telespectador acompanhar o megaevento. Como afirmam Dayan e Katz (1999) os acontecimentos midiáticos exigem a participação ativa do espectador que vai viver o mundial da mesma maneira que a jornada heroica com suas etapas rituais. Existe um ponto de partida e uma chegada, os personagens em campo e as fases da Competição, da Conquista e da Coroação, que se desenrolam ao longo da Copa do Mundo. A narrativa audiovisual reforça ainda a ideia de que a equipe brasileira triunfará, ao utilizar imagens de torcida, do jogador sendo abraçado pelos companheiros de Seleção, da cidade de São Paulo. O *sobe som* ao fim da reportagem mostra um Paulinho vitorioso, em câmera lenta, sendo erguido por um companheiro e recebendo o abraço do técnico Luiz Felipe. A narração de Galvão Bueno, que vinha sendo utilizada junto às imagens e sonorização, encerra o VT com o tradicional bordão: *É do Brasil!* Dessa forma, a Seleção Brasileira parece ter vencido, mesmo antes de entrar em campo.

5.2.3 O personagem Júlio César

Quadro 3 - Características do herói na reportagem exibida em 12.05.2014

Características do herói	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Vitória	 A close-up photograph of Júlio César, a Brazilian footballer, holding a large, faceted silver trophy. He is looking slightly to the right of the camera with a focused expression. The trophy has a circular logo at its base.	Realizado profissionalmente, principal referência no gol do Brasil, herói, Já no primeiro jogo da Seleção, sob o comando de Felipão, Júlio César, titular, Na Copa das Confederações, ganhou o prêmio de melhor goleiro da competição, Na semifinal contra o Uruguai, foi decisivo, Traz aquela confiança que você quer.

Amor		Cara fantástico, ótimo filho, Coração maravilhoso, excelente pai, Filho, gozador e fã, Meu pai é irado, mermão, Vem, junto, ah... isso não tem preço! pai e filho, juntos celebrando, a gente vai sorrir, vai realizar.
Derrota		Foi um gol assim, num vocabulário bem sincero, estúpido, né? É difícil falar sobre isso, Ele se abalou muito, Foi pior que velório, sobre os ombros de Júlio César, o peso, A cena dele chorando ao lado da minha mãe foi muito difícil, Perdi um pouco o foco, Chegou a pensar em parar, não? É, você pensa, eu pensei.
Renascimento		O reinício seria aqui, o Queens Park Rangers chamou e o sim foi imediato, voltou a jogar, a volta por cima.
Persistência		O mais experiente, Julio não aceitou, Sem espaço no Queens Park Rangers, Julio se transferiu para o Toronto, reescrever a história, espero fechar o livro com final feliz.
Desprezo		Com o tempo, a situação piorou, O Inter de Milão quis reduzir os salários, Foi impedido de treinar com o time pelo qual tinha conquistado todos os títulos possíveis.

A terceira reportagem a ser analisada conta a história do goleiro Júlio César. Ao chamar a matéria, a apresentadora Patrícia Poeta faz menção ao jogador “mais experiente da equipe”.

Uma maneira de valorizar o personagem que virá a ser mostrado na sequência. O primeiro *off* do repórter Tino Marcos pergunta: “ Quem é você?”, mas o jogador demora a responder, a sonorização que vinha em um ritmo acelerado para, dando o tom de suspense. As perguntas acabam sendo respondidas pela família e descrevem uma pessoa cheia de qualidades: “cara fantástico”, “ótimo filho”, “coração maravilhoso”.

Nesse sentido as imagens corroboram o que está sendo dito, podemos perceber o semblante tranquilo do jogador em uma partida pela Seleção, em primeiro plano, olhando em direção ao céu e o seu sorriso na foto com os filhos mostrada durante o trecho da entrevista da mãe que diz que o goleiro é “um excelente pai”. Segundo Campbell (2005), os poderes divinos sempre estiveram presentes no coração do herói. A narrativa prossegue mostrando um jogador “realizado profissionalmente” em sua sala com inúmeros troféus lembrando as diversas vitórias na carreira, como no caso do troféu que o goleiro segura (quadro 3) e exemplifica as suas conquistas. Ele ainda é exaltado como “principal referência do gol do Brasil” e “jogador de confiança de Felipão”.

O repórter Tino Marcos chega a compará-lo ao “herói de muitas jornadas”, uma citação direta à jornada do herói pesquisada por Campbell (2005). A partir daí a trilha sonora ganha um tom de tensão e temos o estabelecimento do conflito, ponto central de toda a narrativa segundo Motta (2013) e da dramaturgia, de acordo com Coutinho (2012). A história nos leva a parte dramática vivida pelo jogador na Copa do Mundo da África do Sul, na qual ele falhou permitindo o gol da Holanda. Em consequência disso, o Brasil não disputou as semifinais do campeonato.

Podemos dizer que nesse momento a narrativa remete à derrota do herói (quadro 3). A imagem do jogador triste e choroso na saída da partida de 2010 confirma o sentido. Usando o recurso de *flashback*, que para Motta (2013) é um ato pedagógico de situar a história contada, são mostradas imagens em câmera lenta (*slow motion*) de vários ângulos da jogada. Uma máscara azulada é utilizada dando um tom dramático à cena. O jogador e a família falam dos momentos de tristeza vividos. Do mesmo modo que na parte inicial da reportagem, o narrador é praticamente o personagem e não o repórter, que utiliza apenas duas frases curtas para não quebrar o clima de drama. De acordo com Motta (2007) no jornalismo o narrador-repórter procura apagar sua presença com o objetivo de causar um efeito de real.

A narrativa prossegue e mostra o momento de crise vivido por Júlio César que teve o salário reduzido na Inter de Milão e foi proibido de treinar. Podemos dizer que temos, neste trecho da narrativa, uma aproximação com o herói que sente o desprezo da sociedade (quadro 3). Ao mesmo tempo que o goleiro não aceita a redução de salários ele mostra a persistência e

confiança que o herói possui ao superar os obstáculos que aparecem ao longo da sua jornada. A trilha sonora ganha contornos que induzem a tranquilidade e esperança. A narrativa continua com a proposta recebida pelo clube inglês *Queens Park Rangers*. Júlio César volta a jogar, agora no futebol inglês, e renasce (quadro 3) sendo chamado na sequência pelo técnico brasileiro. “No limiar de retorno, as forças transcendentais devem ficar para trás; o herói reemerge do reino do terror (retorno, ressurreição)” (CAMPBELL, 2005, p. 242). Após ressurgir Júlio César é coroado com o troféu de melhor goleiro da Copa das Confederações. Na cerimônia de premiação ergue o troféu ao lado do filho.



Logo a seguir, num tom mais intimista o jogador aparece, em casa, com os dois filhos Giulia e Cauet reforçando a ideia de pai amoroso e que desperta admiração, principalmente do filho, que se considera “fã” do pai “irado” (quadro 3). Para Campbell (2005) a benção que o herói traz, ao voltar de sua aventura, “restaura o mundo” e traz ensinamentos aos que ficaram. Após a conquista da Copa das Confederações, o goleiro sem espaço no time inglês acaba indo para o Toronto no Canadá (quadro 3), em mais uma demonstração de persistência. Para finalizar a reportagem Tino Marcos diz que na Copa do Mundo do Brasil Júlio César vai ter a chance de “reescrever uma história” e o goleiro confirma ao dizer que quer “fechar o livro com final feliz”, a típica narrativa dos contos de fadas citada por Motta (2013).

A matéria encerra com o pai e o irmão do jogador em um tom otimista e de fé dizendo que se “Deus quiser” e depender do goleiro “a gente vai sorrir”, “um sonho lindo vai realizar”. As imagens que finalizam a reportagem mostram o goleiro vibrando em várias situações com a camisa do Brasil, resumindo as conquistas do herói Júlio César que vai em busca da Copa do Mundo do Brasil. Como infere Ferrés (1998), a televisão cria sonhos e mitos através das associações emotivas. Para o autor, o inconsciente do espectador precisa de algum tipo de herói, na maioria das vezes, para compensar as carências emocionais. Como podemos ver, essas figuras mitológicas, na forma de personagens, estão no nosso cotidiano através das construções narrativas do telejornalismo.

5.2.4 – O personagem Thiago Silva

Quadro 04 - Ficha das características do herói na reportagem exibida em 26.05.2014

Características do herói	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Vitória		<p>o pódio, Antes de erguer a taça lá em cima, era, em sua plenitude, o capitão da Seleção Brasileira, E essa imagem marca a minha carreira, por estar representando meu país, que era um sonho desde criança, a vida mudou, E não tem sido ingrata, Morando em Paris, já morei em Milão, jogando num dos maiores times do mundo, vivendo uma fase exuberante na minha carreira, Zagueiro e capitão do PSG, campeão francês. Há dois anos, Paris, fã acenam para Thiago, 63 convocações e seis anos de Seleção, um dos maiores zagueiros do mundo, no Milan, e depois no PSG, Não que a gente imaginasse que ele fosse chegar a tanto, o Barça catalão quer, E depois ser cobiçado pelo Barcelona original, Thiago chegou a negociar com o Barcelona antes de fechar com o PSG, a maior batalha da minha vida, no Fluminense: 143 jogos até ser vendido para o Milan e conquistar a Europa, Na Seleção, Thiago é o principal representante dos jogadores na relação com Felipão e a CBF, o líder.</p>
Amor		<p>A cidade que eles escolheram para viver, um conto de fadas realizado, Um beijo em Isabelle com a Catedral de Notre Dame ao fundo, Ele dá só aquele grito e as crianças já se comportam um pouquinho mais, Iago, seu quarto!, Izago! (assovio).</p>

Derrota		<p>Thiago nem estaria por aqui, estava decidida a fazer um aborto, foi reprovado nas tentativas de entrar em um grande clube do Rio, E por lá parou mesmo, Tuberculose, seis meses internado na Rússia, a pior parte da vida dele e nossa, Engordei 10 quilos naquela minha doença, O dia dele dentro daquele quarto era deprimente, Tinha aquele ponto de interrogação se propriamente eu poderia voltar a jogar futebol profissional ou só amador ou de repente nem amador.</p>
Renascimento		<p>ele a convenceu a ter o bebê, Não deixou que eu fizesse, E o caçula veio ao mundo, voltou e justo depois da doença a carreira decolou.</p>
Persistência		<p>Era preciso conviver com aquela realidade, era preciso comer o que havia na mesa, Joguei no Barcelona do Rio, Um clube da terceira divisão do Rio, consegui um lugar no pequeno RS, do Rio Grande do Sul, depois Juventude de Caxias do Sul e aí foi parar no dínamo, da Rússia.</p>

A próxima matéria que receberá nossa análise é a que foi veiculada em 26/05/2014 e destaca Thiago Silva, o capitão da Seleção Brasileira. Na bancada, Patrícia Poeta chama Tino Marcos ao vivo de Teresópolis para ele mesmo apresentar o personagem da Série Seleção. O repórter informa que a questão da premiação dos jogadores em caso de conquista do hexa já estava resolvida, intermediada pelo capitão da equipe. Podemos dizer que o gancho com a factualidade usado pelo autor da série funciona como um componente a mais para reforçar a condição de líder do jogador e gera expectativa na audiência.

A reportagem já inicia em tom épico em termos de narrativa audiovisual e textual destacando a conquista da Copa das Confederações no qual Thiago Silva “era, em sua

plenitude, o capitão da Seleção Brasileira”. As imagens mostram o jogador em câmera lenta, fazendo o sinal da cruz, erguendo a taça no pódio em ângulos diferentes e levantando o dedo indicador em direção ao céu, em sinal de agradecimento. O zagueiro revela que lembrou da infância difícil e que a imagem do pódio marca a carreira dele por estar representando a Seleção do seu país : “ um sonho desde criança”.

Na sequência, a reportagem vai a “*fade out*”. A sonorização muda para uma trilha mais neutra e o repórter conta que a mãe do jogador, sem condições financeiras, quase fez um aborto quando soube que estava grávida. Thiago só nasceu mediante a insistência do avô paterno. Podemos, a partir disso, traçar uma aproximação com Campbell (2005) no momento que o estudioso assegura que a condição de herói é algo ao qual se está predestinado. Para o autor, o herói possui poderes extraordinários desde o momento que foi concebido. Quando a mãe do jogador toma a decisão de levar a gravidez adiante, podemos dizer que o menino renasceu (quadro 4). A foto de Thiago Silva bebê reforça o sentido.

Tino Marcos segue a matéria falando da infância humilde de Thiago na periferia carioca e o personagem relata que, ao morar perto de uma favela, vivia momentos de tensão em virtude dos tiroteios que aconteciam na comunidade. Quando se refere à dramaturgia do telejornalismo Iluska Coutinho (2012) lembra que o conflito social está presente na hora de contar uma história verídica na televisão, conflito esse que também pode ser apreendido no momento que o jogador diz que: às vezes, chegava em casa não tinha uma carne pra comer”.

Depois disso, a sonorização fica em alta e utiliza acordes de música francesa que são acompanhados de imagens da Torre Eiffel. A narrativa passa a contar as vitórias de Thiago na Europa. O capitão diz que jogou em Milão e que vive agora uma “fase exuberante na carreira”, no clube Paris Saint-Germain. São mostradas diversas cenas da capital da França e a entrevista com o jogador é feita, inclusive, a bordo de uma embarcação no Rio Sena. Nela o repórter faz a passagem, com Thiago e a esposa ao fundo, e lembra que Paris é cidade do romantismo, “a cidade que eles escolheram para viver”. “Um conto de fadas realizado”. A tradução do amor na vida do herói. Mas, apesar do clima de descontração, a narrativa lembra que o pensamento do jogador “toda hora viaja”. O zagueiro diz que perde noites pensando na competição: “Não é brincadeira, Copa do Mundo é coisa muito séria”. A escolha da sonora na edição do VT reafirma a condição de capitão brasileiro que não se ausenta de suas responsabilidades diante da Copa do Mundo.

Logo a seguir, a narrativa audiovisual ganha novo ritmo e Tino Marcos destaca a trajetória de Thiago na Seleção, cita a consolidação da carreira do jogador ao ser apontado como um dos melhores zagueiros do mundo no Milan e PSG. Um caminho de vitórias (quadro 4) identificado e reafirmado por uma imagem do atleta de olhos fechados perfilado, cantando o hino brasileiro em

uma partida da Seleção. A primeira derrota que o capitão enfrenta é a reprovação na tentativa de entrar em um grande clube do Rio de Janeiro, mas ele persiste e vai parar no Barcelona do Rio (quadro 4), um clube da terceira divisão que tem seu escudo estampado em primeiríssimo plano.

A narrativa faz um trocadilho ao dizer: “o que o Barça do Rio teve, o Barça Catalão quer” e informa que o jogador chegou a negociar com o clube espanhol antes de fechar contrato com o PSG. Na sequência a reportagem lembra que, há 14 anos, Thiago passou por dois clubes gaúchos. Motta (2013) ao falar da narrativa no jornalismo evidencia que as notícias lidam de uma maneira diferente com o tempo. Dessa forma, o repórter não obedece a cronologia para contar uma história. O que fica evidente não só na matéria sobre Thiago Silva, mas em relação aos personagens anteriores já analisados.

O percurso do herói segue sendo contado na medida em que, depois de jogar no sul do país, ele vai para o Dínamo da Rússia. Aos poucos, a narrativa sonora faz lembrar os ruídos de um hospital e fica mais tensa. De acordo com Sá (1991) o *leitmotiv*, ou motivo condutor, sugere um domínio de previsibilidade mediante a auditibilidade de um elemento, estabelece um vínculo que passa por um repertório de imagens acústicas anteriormente vivenciadas. No caso da matéria analisada, os ruídos de hospital nos remetem a problemas de saúde. Na edição do VT, a narrativa visual traz as imagens aceleradas que mostram pontos da cidade de Kiev.

O telespectador vai sendo preparado para um momento dramático que o jogador confirma: “ali foi a maior batalha da minha vida”. Com diagnóstico de tuberculose o atleta ficou seis meses internado na Rússia. A mãe declara que “foi a pior parte da vida dele” e as imagens produzidas para a edição da reportagem mostram uma grande ampulheta, com fundo escuro. De alguma maneira, essas imagens traduzem o peso da doença para o jogador e remetem ao tempo em que ele esteve internado. Mais uma derrota (quadro 4) na vida do zagueiro que é representada pela ampulheta.

Como afirma Coutinho (2012), no drama informativo é comum que os personagens assumam em um momento o papel de vencedores e em outro o de perdedores. No caso da reportagem em questão, Thiago Silva passou de herói a vítima de uma doença. A forte carga de emoção que envolve a narrativa tanto no episódio da possibilidade ou não do nascimento do atleta, passando pela infância difícil e também a doença, nos remetem a Ferrés (1998). O autor sustenta que o relato audiovisual seduz porque permite ao telespectador um encontro com regiões ignoradas do inconsciente. O interesse do espectador se baseia na capacidade do meio mobilizar os sentimentos íntimos, promovendo o envolvimento emocional com a história e permitindo a elaboração dos conflitos internos.




Todo o herói renasce e com Thiago não foi diferente, depois da doença voltou a jogar e a carreira decolou no Fluminense, foi vendido para o Milan e conquistou a Europa. Novamente a vitória aparece para o zagueiro triunfante, embalada por uma trilha sonora mais agitada e por imagens do jogador marcando gols e comemorando. A matéria prossegue contando que Thiago é o principal representante dos jogadores na Seleção na relação com a CBF e com o técnico. E também “um líder” não só dentro de campo, ao ser mostrado dando ordens aos filhos Iago e Izago. Podemos dizer que os meninos que aparecem no colo do pai representam o amor que habita o coração do herói (quadro 4). Novamente temos uma mudança na narrativa audiovisual, com uma trilha que remete à vitória.



Tino Marcos se refere a Thiago como: “o capitão e sua, milhares de vezes, imaginada missão”, mais um referente que aparece nas narrativas do repórter que remetem claramente à jornada do herói de Campbell(2005). A imagem que acompanha o *off* é produzida, pois mostra Thiago em frente à Torre Eiffel como se estivesse levantando a mesma como um troféu. A missão do zagueiro, de acordo com a reportagem, é a mesma de outros cinco capitães que já foram campeões mundiais. Todos eles aparecem na edição erguendo a taça dos Mundiais. O jogador encerra o VT dizendo que : “ vai ser a melhor coisa de nossas vidas ganhar um mundial em casa”. O sobe som final é a apoteose da narrativa ao mostrar, em câmera lenta, Thiago erguendo a taça da Copa das Confederações rodeado pelos outros jogadores.

O elemento taça que aparece na narrativa verbal e visual representa a Coroação de um acontecimento midiático descrito por Dayan e Katz (1999). Nele o herói, que passa pelas etapas da Competição e da Conquista, tem seu reconhecimento e glorificação no pódio. De acordo com os autores, quando recorre a esse tipo de roteiro, a televisão pode contar com a familiaridade das audiências perante estas formas narrativas e também com a expectativa dos telespectadores. No caso, a esperança de que Thiago Silva possa erguer, em casa, a sexta taça de campeão mundial de futebol para o Brasil.

5.2.5 – O personagem Fred

Quadro 5 - Ficha das características do herói na reportagem exibida em 30.05.2014

Características do herói	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Vitória		<p>muita gente admira a vocação do toque preciso do papai, Fez fama de artilheiro e de conquistador, De títulos, Destacou-se no América e foi ser atacante do time de coração, O Cruzeiro foi a minha vitrine pro Brasil, Em um ano, já estava no Lyon. Foi três vezes campeão francês, escreveu o nome na copa de 2006, Artilheiro da Copa das Confederações . Há seis temporadas centroavante do Fluminense. Conquistou dois títulos brasileiros, eu cheguei no auge da minha maturidade profissional.</p>
Amor		<p>marcação firme de uma menina, papai Fred é propriedade dela, Eu tenho ciúmes, Ela faz cara feia, Eu tinha sete anos de idade e... depois que minha mãe faleceu..., nada se compara àquela data que nem precisaria ser tatuada para ser lembrada:8 do três de 2006, Fred acompanhava o nascimento da filha, Não era um dia qualquer, Eu fiz o gol mais bonito da minha carreira, A peça mais artística de sua coleção de gols, Ele não me prometeu nenhum gol só que eu vou pedir pra ele! Eu te amo!</p>
Derrota		<p>Eu fui mandado embora do América de São José do Rio Preto, não jogava, não se firmava, Ele era o terceiro reserva, No primeiro jogo, expulso , No segundo, suspenso, E no terceiro, o time foi goleado e eliminado da competição, Estava na lista de dispensas do time júnior.</p>

Renascimento		Três segundos e 17 centésimos, Até hoje, o gol mais rápido do futebol brasileiro, Na época, o mais rápido do mundo, os jornalistas que estavam cobrindo o treino do profissional todos foram atrás do Fred, Tem mais de 30 jornalistas do mundo inteiro querendo falar com você, Você fez o gol mais rápido do mundo, E acabou integrado ao time de cima, Eu fui reaperesentado no profissional só por causa da imprensa.
Persistência		começaria a tentar, se firmar no futebol, Viveu em casas de amigos do pai, E as notícias não eram as melhores, Foi bem difícil porque eu tive vários problemas de indisciplina, E acabou sendo aceito na base do América-MG, acabou sendo escalado na estreia da esperada Taça Cidade de São Paulo.
Desprezo		Nem ele acreditava muito no sucesso, Diferenciado, muito bom de bola, nunca vi isso em mim assim.

O atacante Fred é o quinto personagem da Série Seleção a receber nossa análise. A apresentadora Patrícia Poeta, ao chamar a reportagem, enfatiza que “o centroavante da Seleção Brasileira foi obrigado a se acostumar, nos últimos oito anos, à marcação firme de uma menina”. A cabeça dá a ideia de um pseudoconflito (COUTINHO, 2012) que gera uma curiosidade e serve de convite ao telespectador.

A matéria inicia contando que a filha de Fred tem 8 anos, mas é : “cheia de autoridade, papai Fred é propriedade dela”. As imagens mais fechadas nessa parte da narrativa trazem o telespectador para o lado mais intimista do jogador que sofre com o ciúme da filha, que não gosta do assédio das fãs. Como conta o jogador: “ela faz cara feia”. A foto de Fred e da filha dormindo é mostrada em um celular que está nas mãos da menina (quadro 5). Podemos dizer que ela expressa o amor que está no coração do herói, como afirma Campbell (2005). A narrativa sonora passa de um trilha mais calma, para uma mais agitada, Tino Marcos conduz o texto verbal com se estivesse

falando com a filha do jogador: “É, Geovanna, muita gente admira a vocação do toque preciso do papai. Fez fama de artilheiro e de conquistador. De títulos. Não só de títulos”.

Nesse momento uma trilha incidental da música “Mineirinho” do Grupo Só Pra Contrariar é utilizada, fazendo a analogia ao mineiro que é “de fazer, mas não de falar.” Assim, podemos identificar o motivo condutor citado por Sá(1991), onde se estabelece um vínculo que passa por um repertório de imagens sonoras vivenciadas anteriormente pelo telespectador. A narrativa imagética mostra Fred marcando gols pela Seleção e sorrindo. O trocadilho com a palavra “conquistador” sugere que além das conquistas no futebol, o atleta também faz sucesso entre as mulheres. O jogador nega e sorrindo diz que sempre foi “mineiro tranquilo”. A identidade com a cultura do interior de Minas Gerais é reforçada na medida em que o centroavante exibe o sotaque da cidade de Teófilo Otoni, onde nasceu.

As imagens em primeiríssimo plano revelam um Fred sorridente e a edição dá sequência à história mostrando a cidade natal do atleta e seus moradores. A sonorização utiliza acordes de banjo na intenção de remeter o telespectador para o lado interiorano, reforçado pelos moradores que andam a cavalo. A reportagem segue falando da origem de Fred e o pai do jogador conta como conheceu a esposa em uma praça da cidade, com o tempo se casaram e tiveram três filhos. A edição exibe as fotos do atacante, seus irmãos e a mãe em movimentos com efeitos de pós-produção. Mas a história começa a ganhar um tom de dramaticidade quando o pai conta que a mãe de Fred “morreu nova” e o jogador diz: “tinha 7 anos de idade e depois que minha mãe faleceu ...é...” ele fica pensativo e não fala mais nada.

Mesmo com a trilha sonora, esse silêncio do personagem reforça a dificuldade em falar da perda. A sonorização acompanha o momento triste relatado. Ao descrever o caráter mobilizador das imagens Ferrés (1998) confirma que a mensagem televisiva dá prioridade às emoções que se impõem sobre a racionalidade. As imagens e os sons, incluindo aí as imagens sonoras, acabam se conectando diretamente com a emotividade. O clima de tristeza criado no caso da morte da mãe de Fred se conecta com esse princípio.

Na sequência, a edição vai a *fade out* e passa a contar que o caçula da família iria tentar se firmar no futebol no interior de Minas Gerais, o fato mostra a persistência (quadro 5) para seguir na carreira explicitada na foto de Fred adolescente. A narrativa imagética prossegue ao mostrar uma foto de Fred com a mãe e outra sozinho. Ele vai morar na casa de amigos do pai e diz que teve muitos problemas de indisciplina. Segundo Campbell (2005), o chamado para a aventura equivale ao início de uma nova etapa de vida, a família como referência é deixada (exílio na infância) e existe uma expectativa da realização de prodígios na caminhada do herói. O repórter conta que: “nem ele acreditava muito no sucesso” e o jogador confirma isso, o que pode ser relacionado a um

tipo de desdém, de desprezo (CAMPBELL, 2005) representado no quadro 5. Nesse caso, as imagens do centroavante pela Seleção dão ideia do contrário e vem confirmar que o jogador estava enganado.

Em sua jornada o atleta conta que foi mandado embora do América de São José do Rio Preto, uma derrota em seu destino (quadro 5). Para Campbell (2005), o herói difere dos mortais porque sua vida é marcada por uma sucessão de testes. Antes que sua missão seja cumprida, ele encontra situações de derrota no percurso. Ao seguir no seu objetivo, Fred foi aceito na base do América Mineiro, porém “não se firmava” como conta Tino Marcos, era o terceiro reserva. Acabou sendo escalado para a estreia da Taça Cidade de São Paulo e, como é dito na passagem do repórter, no primeiro jogo foi expulso, no segundo cumpriu a suspensão e no terceiro o time de Fred foi eliminado da competição.

Contudo, os poderes mágicos que rodeiam o herói (CAMPBELL, 2005) se fazem presentes e o centroavante marca o gol mais rápido do futebol brasileiro durante o torneio. A sonorização ganha ritmo e as imagens são exibidas com efeitos de pós-produção. Fred não sabia o que tinha estabelecido um recorde até chegar à sede do clube onde os jornalistas, que acompanhavam o treino dos profissionais, foram todos em direção ao jogador. É o renascimento (quadro 5) representado na comemoração do referido gol. Por ser um jogo das categorias de base, a maioria das imagens estão em um plano mais aberto.

De atleta que iria ser dispensado, Fred acabou subindo para a equipe principal onde se destacou. A jornada prossegue com a ida do atacante para o Cruzeiro e depois para o Lyon da França, a sonorização ganha força e gols de Fred pelo time de Belo Horizonte e pela equipe francesa são mostrados. Mas, de acordo com Tino Marcos, “nada se compara aquela data que nem precisaria ser tatuada para ser lembrada”. A narrativa imagética mostra um primeiríssimo plano do rosto do centroavante e a tatuagem no antebraço de Fred com o nome da filha e a data de nascimento dela. Horas antes de um jogo pela Liga dos Campeões da Europa o atacante acompanhou o nascimento da filha. Chegou no segundo tempo da partida e como ele define: “fiz o gol mais bonito da minha carreira”.

A sonorização ganha mais força e pode-se ouvir a narração em francês, as imagens mostram o gol em mais de um ângulo e o jogador comemorando com uma chupeta na boca. A felicidade sentida pelo atleta é comparada ao gol que ele marcou na Copa do Mundo da Alemanha de 2006 na vitória do Brasil sobre a Austrália. Fred era reserva, entrou no fim do jogo “e escreveu o nome na Copa de 2006”, como conta a narrativa. O gol é mostrado com sobre som da narração de Galvão Bueno, o jogador comemora efusivamente e abraça o então capitão Cafu. Além dessa vitória pela Seleção, é descrito em 2013 como: “decisivo”. O jogador fala do gol que fez deitado na

Copa das Confederações e, mais uma vez, o sobe som da narração de Galvão Bueno e uma trilha épica, servem para afirmar mais uma façanha do herói. Mas não são só essas, há seis temporadas Fred é destacado como jogador do Fluminense, pelo qual conquistou dois títulos. E o jogador confirma: “Foi o clube que mais me fez crescer”.


A narrativa audiovisual mostra seus gols e há um pequeno sobe som do narrador Cléber Machado e outro do narrador Luís Roberto, ambos da Rede Globo. Temos imagens dele comemorando junto à torcida e sendo ovacionado em um grande coro no estádio. Em praticamente todas as cenas, nesse ponto da narrativa, Fred aparece de costas onde está o número 9 da camisa usada por ele. Tino Marcos destaca que “agora a camisa muda de cor, amarela, com o mesmo número.” E a filha confirma: “nove”!





O repórter enfatiza: “Que venham os jogos da Copa” como se fosse um desafio de quem está preparado para uma provável vitória. A menina diz que o pai não lhe prometeu gol, mas que ela vai pedir um pra ele. E Tino Marcos reforça: “e caprichado, hein? Que nem aquele quando ela estava na maternidade”. A menina mostra o amor que rodeia o herói ao dizer: “Te amo” e a matéria já em tom apoteótico encerra como se fosse uma promessa de Fred: “tô muito preparado pra fazer os gols e colocar meu povo inteiro pra comemorar”. O sobe som evidencia o centroavante comemorando gol em câmera lenta e a torcida brasileira vibrando.


A imagem que fecha o VT (quadro 5) mostra o jogador com um efeito de pós-produção como se ele estivesse todo iluminado, em primeiro plano, o destaca com os olhos cerrados orando e com os dedos apontando para o céu. Fred seria a tradução do herói dotado de poderes extraordinários de Campbell (2005) que agradece a ajuda dos deuses em sua vitoriosa jornada.

5.2.6 – O personagem Neymar

Quadro 06 - Características do herói na reportagem exibida em 02.06.2014

Características do herói	Narrativa Visual	Narrativa Verbal
Vitória		<p>tem tudo para brilhar no Mundial, começou a ganhar dinheiro muito cedo, Seu primeiro milhão veio com 13 anos, É o que a bola deve achar dele também, tudo começava em bola e terminava em troféu, O menino era ‘celebridadezinha’, se destacava já no futsal, aparecia na TV direto, O menino que teria a maior ascensão do futebol brasileiro nos últimos anos, Neymar seria o menino das 50 bolas, o pequeno fenômeno do futsal, A fama do menino prodígio chegou aos ouvidos desse senhor, Aí, encheu os olhos, Foi criado no Santos uma categoria, Criou-se uma categoria para que ele pudesse jogar? Criamos por causa da idade dele, Aos 17 anos, iniciou uma era no time profissional: tricampeão paulista, Copa do Brasil, Libertadores, 230 jogos, 138 gols. Tudo maravilhoso. E foi mesmo, Chegou com status de estrela mundial pelo que fez no Santos e pelo que acabava de fazer pela Seleção, o melhor jogador da competição. Um encaixe perfeito de Neymar com o time. E deles com a torcida: Brasil campeão. O maior protagonista do Brasil, a maior esperança da torcida. O Brasil precisa dele, ele é o melhor jogador da América hoje, Melhor que o Messi, a Copa do Mundo, De Neymar.</p>

Amor		<p>amigo, gente boa, um abraço com muito carinho, do seu atleta Neymar, Mas caiu bem, né?</p>
Derrota		<p>O futebol já te disse não alguma vez? Já, Foi um trauma, Minha carreira poderia muito bem ter ido para baixo, por tudo que estavam falando, por tudo que aconteceu naquele dia, Foi uma das piores noites da minha vida, Neymar e o técnico Dorival Júnior discutiram, Neymar xingou o treinador, Quando chegou em casa, o ar seguia pesado, Minha mãe chorando, meu pai na época estava doente, estava de cama, Esse não foi o filho que eu criei! E aquilo ali me desmontou inteiro, os dias seguintes foram do mesmo jeito, cheguei ao ponto de você falar assim: Pô, pra que eu quero isso aí? Não quero mais jogar futebol.</p>
Renascimento		<p>Sobrevivente, Um acidente que quase arrancou nossa família do mundo, Nascemos de novo ali, o inesperado aconteceu, um carro desgovernado nos atinge, O que eu fiquei sabendo é que eu fui parar embaixo do banco, o Neymar é retirado do carro ensanguentado, O sangue de um bebê de quatro meses, molhado, Já era, né? Era muito sangue e nenhuma gravidade, Transferência milionária e confusa, Neymar, jogador do Barcelona,</p>
Persistência		<p>para nossa família foi muito difícil e a gente tinha que superar isso, né? Neymar estava indo para um desafio muito grande na vida dele, Era herói ou era vilão na Copa das Confederações, se impôs um desafio extra: vestir a 10, Falei: Dez, vamos mudar, Foi 10, a expectativa já era tão grande para ele e ele pediu a 10.</p>

Desprezo		<p>Todo mundo ligava para ficar me xingando, meu rádio não parava a noite inteira, tive que desligar para dormir, Eu não podia sair de casa, todo mundo falava: Olha ele aí, pensa que é o dono do mundo, Sabia que tinha feito coisa errada, Já tinha me desculpado com Dorival, com todo o elenco do Santos, Neymar vivia fase irregular no Santos e a nova seleção de Scolari era uma dúvida, Eu estava num momento de desconfiança total de todo mundo, E todo mundo: Será que vai? Será que não vai? Será que dessa vez vai jogar? Será que não vai? Você é doido!</p>
----------	---	---

A sexta reportagem da Série Seleção a ser analisada neste estudo se propõe a retratar a vida do atacante Neymar Jr. e foi a última a ser exibida encerrando a série com os 23 jogadores convocados para o Mundial. Ao chamar a matéria, a apresentadora Patrícia Poeta valoriza o trabalho do repórter Tino Marcos ao dizer que para realizar a série: “foram dez meses de entrevistas, pesquisas e viagens a 35 cidades do Brasil e do mundo todo”. O narrador Galvão Bueno segue a mesma linha e elogia o repórter do qual é colega há 25 anos na cobertura da Seleção Brasileira. Dessa maneira, existe uma tendência a valorizar o produto final com o provável objetivo de cativar a audiência para a Copa do Mundo.

Quando vai chamar a reportagem Galvão Bueno enfatiza que Neymar: “tem tudo para brilhar no Mundial”. Ao analisarem os acontecimentos midiáticos na televisão Dayan e Katz (1999) lembram que para preparar os telespectadores para um grande acontecimento, a televisão faz o indivíduo sair gradualmente de seus papéis rotineiros e transforma a sala de estar em um local festivo. Ocorre um chamamento à participação tornando o espectador testemunha de um momento histórico. É nesses acontecimentos, que constituem rituais de partida e chegada, que estão os personagens mais importantes: os heróis.

A reportagem sobre Neymar inicia com um pequeno sobre som no qual aparecem fotos em movimento do jogador quando criança, em primeiríssimo plano. A sonorização suave nos remete à infância, embasados nos preceitos do imaginário sonoro de Sá (1991). Em sua narrativa, Tino Marcos utiliza a estratégia de descrever algumas características do jogador. A primeira é: “precoce” e a edição utiliza imagens do atleta quando criança dando dribles nos adversários em partidas de futebol de salão. O pai destaca que ele começou “a ganhar dinheiro muito cedo” e “seu

primeiro milhão veio com 13 anos”. A narrativa audiovisual mostra o jovem jogador assinando contrato com o Santos e comemorando um gol. A trajetória inicial nos aproxima dos prodígios do herói em Campbell (2005). O atacante também é descrito como “mutante” pela infinidade de estilos de cabelo que já adotou. Logo em seguida, a sonorização tem uma mudança brusca e o repórter destaca que Neymar é: “sobrevivente”. A imagem em plano detalhe do olho do jogador pretende aproximar o telespectador o máximo possível do drama que está para ser contado. O atleta fala brevemente do acidente que quase arrancou a família dele do mundo: “nascemos de novo ali”, cenas de reconstituição do desastre e outra duas imagens em primeiríssimo plano do rosto do jogador, praticamente sem cor, completam o tom dramático deste trecho do *off*.

A sonorização entra em um tom mais suave e uma imagem de Neymar cabisbaixo com a camisa do Barcelona introduz o texto verbal que se refere a ele como “desiludido”. Neymar fala que quase abandonou a carreira: “Para que eu quero isso aí? Não quero mais jogar futebol”. As imagens dos pés do jogador em campo e dele correndo em câmera lenta com a camisa da Seleção dão sequência à edição. Logo após, Tino Marcos cita no *off*: “Quantas facetas hein, Neymar? Poderia enumerar algumas outras?” Prontamente, o atacante responde: “Extrovertido, alegre, feliz, amigo, gente boa”. E o conteúdo imagético traz o atleta comemorando gol pela equipe nacional, dançando em campo e batendo uma foto com um menino. O primeiríssimo plano com a criança explicita a característica amor (quadro 6) justamente pelo sentido de bondade e amizade que transmite.

Este início da narrativa nos permite traçar outra aproximação com Campbell (2005). Ao longo de sua obra o autor vai dando pistas de algumas características inerentes ao herói. Tino Marcos, por sua vez, também constrói a matéria citando alguns traços do jogador Neymar. Além disso, o jornalista faz questão de enfatizar a quantidade de “facetas” do atacante, assim como o mitólogo norte-americano destaca em “O Herói de Mil Faces” as diversas manifestações do herói na mitologia, na religião, nos contos de fadas e no folclore. Também, podemos dizer que ao escolher alguns trechos de sonora e contar apenas uma parte da história, existiria a intenção de atrair a audiência para ver o que virá a seguir na reportagem que está sendo mostrada.

A narrativa dramática (COUTINHO, 2012) que se estabelece quando o jogador é definido como “sobrevivente” de um grave acidente reforça essa condição, da mesma forma que a palavra “desiludido”, no momento que o atacante lembra que quase deixou o futebol. A aproximação com Ferrés (1998) pode ser realizada quando o autor afirma que a informação televisiva promove o adormecimento da racionalidade e que na tela a prioridade emotiva está à frente da prioridade cognitiva com a intenção de aumentar a audiência.

Dando sequência a história, o jogador diz que chegou a ter “50 bolas dentro de casa, pequenininho”, e que sempre levava uma delas onde ia. A narrativa imagética mostra Neymar saindo de uma partida com a camisa do Barcelona beijando a bola. A narrativa nos remete ao atleta que tem muita intimidade com ela, o chamado craque. A sonorização trabalha com sons de caixinha de música. Sá (1991) destaca que o imaginário depende de imagens vivenciadas e as imagens sonoras que experimentamos são as que constroem o nosso imaginário musical. No caso, a ideia seria aproximar o telespectador da infância do jogador que segue sendo contada com mais características como: mestre-cuca, cavaleiro, DJ, acompanhadas no imagético de fotos em movimento do atacante. A narrativa prossegue dizendo que o menino era “celebridadezinha” no bairro, em uma alusão ao sucesso que o atacante fazia quando jogava futebol de salão e já aparecia na TV.

A matéria destaca o amigo de infância de Neymar que também queria ser jogador de futebol e o bairro onde eles jogavam quando eram crianças. Tino Marcos mostra a casa onde o atacante morou e enfatiza que Neymar foi : “O menino que teria a maior ascensão do futebol brasileiro nos últimos anos”. Conforme Campbell (2005) uma das características proeminentes em todo mito é o tema da infância e o desenvolvimento de prodígios além dos limites, o que diferencia o herói dos demais. Logo em seguida, a narrativa faz um retorno ao passado e a sonorização começa a ganhar um tom mais tenso com ruídos de sirene.

Tino Marcos conta que, quando o jogador era bebê de colo, sofreu um grave acidente junto com os pais e foi parar debaixo do banco do carro. As imagens produzidas mostram uma reconstituição do acidente e um bombeiro carregando no colo o que seria uma criança com um pano cheio de manchas vermelhas, em alusão à sonora do pai que afirma: “O sangue de um bebê de quatro meses, molhado, você fala: Já era, né?” A dramaticidade do primeiríssimo plano das mãos do bombeiro carregando o bebê enrolado no pano “ensanguentado” (quadro 6) marca o renascimento do jogador que no início da narrativa foi descrito como “sobrevivente”.

Depois do episódio do acidente, o repórter segue contando a história do jogador confirmando que o acidente não foi grave e que “Neymar seria o menino das 50 bolas”, o “pequeno fenômeno do futsal”. As imagens mostram fotos de Neymar quando criança e ele jogando futebol de salão. A narrativa fala, então, do primeiro treinador do atleta, que ao ler uma dedicatória recebida do jogador, se apresenta na história. Betinho já havia sido descobridor do atacante Robinho e alega que Neymar era melhor ainda. Os lances do pequeno atacante em quadra atestam o que o treinador afirma. Tino Marcos conta que : “a fama do menino prodígio”, chegou aos ouvidos de Zito, então supervisor das categorias de base do Santos. Ao ficar impressionado com o desempenho do pequeno atleta de 11 anos, o Santos criou uma categoria para Neymar poder

treinar no clube. Assim podemos dizer que Betinho e Zito representam a figura externa, protetora, que está presente no trajeto do herói e que garante que ele prossiga no caminho da bem-aventurança (CAMPBELL, 2005). As imagens do jogador marcando gols e conquistando títulos, acompanhadas de uma sonorização que destaca o violino em ritmo mais acelerado, dão coerência à narrativa textual que conta o desempenho vitorioso do atacante no Santos.

Porém, a trilha sonora muda completamente e o clima nos remete à tensão. Tino Marcos pergunta ao jogador se o futebol lhe disse “não” alguma vez e Neymar responde com a voz um pouco embargada: “Já”. O repórter descreve o momento como um “trauma” e conta que em setembro de 2010, durante uma partida pelo Campeonato Brasileiro, o atacante e o técnico Dorival Júnior discutiram. Neymar xingou o treinador e o clima ficou pesado. A edição de imagens nesse trecho da matéria é caracterizada por uma máscara azulada que traduz o momento vivido pelo jogador. É a derrota no caminho do atacante do Santos que está expressa no quadro 6 no qual o jogador está com as mãos no rosto.

O fato teve uma grande repercussão, o atleta foi repreendido pelos pais e recebeu muitas críticas e xingamentos até dos próprios torcedores do Santos. Neymar conta que chegou a pensar em parar de jogar. A imagem em close do rosto do atleta (quadro 6) reforça a tristeza pelo momento de desprezo vivido. Embasados em Coutinho (2012) podemos dizer que o papel desempenhado pelo personagem Neymar no drama informativo, passou de herói a vilão na narrativa. Todavia, no momento que o jogador pede desculpas ao técnico, ele pode ser visto como um vilão regenerado.

A narrativa volta a ganhar contornos positivos quando Neymar se transfere para o Barcelona. As imagens e a sonorização mais agitada mostram lances do atacante pelo time catalão. Porém, o repórter conduz a história para o passado e recorda a fase irregular do jogador vivida no Santos e a desconfiança que existia em relação a ele na Seleção Brasileira. E o pai conta que: “O Neymar estava indo para um desafio muito grande na vida dele. Era herói ou era vilão na Copa das Confederações”. Como destaca Ferrés (1998) os noticiários de televisão são concebidos como um espetáculo. Ganham mais o viés do entretenimento do que informação, dessa forma ativam mecanismos do inconsciente. E a dualidade (herói/vilão, bom/mau, etc.) que, também está presente no inconsciente, atrai o telespectador através da função catártica.

O desafio que o atacante se impôs ao pedir para jogar com a camisa 10 da Seleção, mostra a persistência (quadro 6) dele em superar a desconfiança que havia em torno de sua presença na equipe nacional. E depois de persistir na sua jornada, Neymar acabou sendo eleito o melhor jogador da Copa das Confederações. A vitória pode ser identificada na imagem do jogador batendo palmas com a camisa da Seleção (quadro 6) e também se dá pela edição do VT que mostra o

jogador com a taça, comemorando com a torcida e marcando gols. A sonorização em alta nos leva ao momento épico da narrativa. Tino Marcos exalta o atleta: “O maior protagonista do Brasil, a maior esperança da torcida” e encerra a reportagem dizendo: “Essa história continua em nobres capítulos: a Copa do Mundo. Do Brasil. De Neymar”.

A frase final da matéria nos permite uma aproximação com Motta (2013) quando o pesquisador afirma que no jornalismo a narrativa pode ter uma estrutura parecida com a do conto, o que lhe confere mais dramaticidade produzindo efeitos estéticos de ficção do que os efeitos de veracidade. Ainda embasados no autor, podemos verificar que o personagem (jogador de futebol) é a figura central da narrativa, gera conflitos, conduz a intriga e vai personificar a dualidade herói-vilão.

Como vimos nesta pesquisa, em um primeiro momento, podemos ter indícios de que a narrativa do Jornal Nacional mostrou os “jogadores-heróis” que receberam o chamado da vida, passaram por provas e tiveram um retorno triunfal. A partir de então, em um segundo momento, podemos dizer que os atletas vencedores partem para atender a um novo chamado, que desta vez compreende a disputa do Mundial que será realizado no Brasil.

5.3 A desconstrução do personagem pelo estereótipo

Após a análise do *corpus* da Série Seleção, daremos prosseguimento à análise do *corpus* Copa do Mundo. Como destacamos anteriormente, a escolha das reportagens que integram o objeto de pesquisa foi realizada em função dos seis personagens que mais apareceram durante a realização do Mundial de Futebol, com o intuito de comparar, quando possível, como esses jogadores foram mostrados antes do início da Copa do Mundo e no decorrer do mesmo. É importante frisar que o *corpus* Copa do Mundo foi escolhido, também, por apresentar de forma mais evidente as estratégias utilizadas pelo JN em relação aos jogadores quando os resultados em campo não são os esperados, atendendo a segunda parte do objetivo geral desta pesquisa que é verificar, a partir do momento que os jogadores e os resultados não inspiram confiança, qual é a estratégia utilizada pelo telejornal para não se comprometer em relação à audiência.

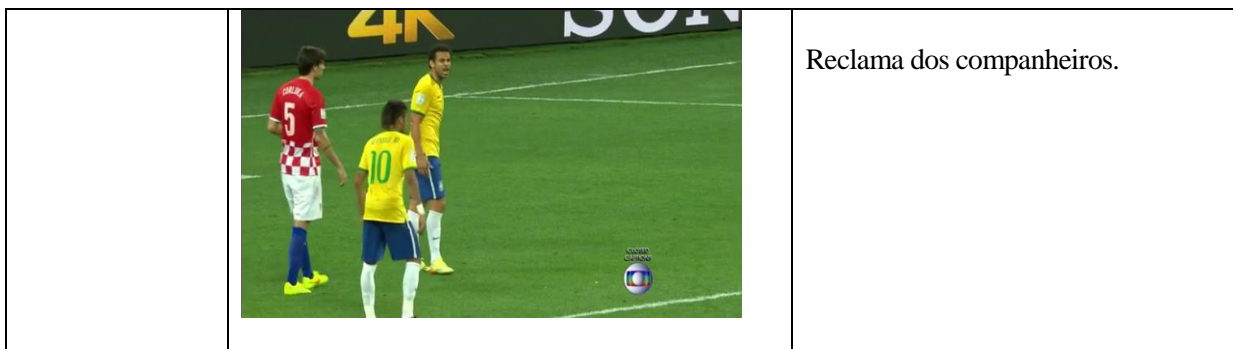
Em uma análise *a priori* observamos o uso de estereótipos em relação aos atletas uma semana após o início do Mundial, o que foi se acentuando gradativamente. De uma maneira mais específica, ganhou destaque na cobertura o estereótipo relacionado ao “desequilíbrio emocional”. Fundamentamos nossa análise em Ferrés (1998), que propõe que os estereótipos

são a inversão da sedução e, por sua característica reducionista, favorecem a simplificação da realidade atuando diretamente no inconsciente do telespectador.

Da mesma forma que procedemos no *corpus* Série Seleção, elaborarmos tabelas com a transcrição das reportagens (Apêndice 1) e nelas estabelecemos a narrativa audiovisual (onde decupamos as imagens) e a narrativa verbal. Nesse texto já destacamos em negrito as palavras ou frases que remetem ao estereótipo e que serão mostradas nos quadros de análise que virão a seguir. Cabe salientar, que as imagens que aparecem nos quadros são as que reforçam na edição do VT a condição de “desequilibrados emocionais” apontada nas matérias exibidas pelo JN. Outra questão relevante, diz respeito à sonorização nas reportagens. Como destaca Luporini (2007) em sua pesquisa, a sonorização está mais presente nas matérias especiais nos telejornais da Rede Globo. Porém, nas reportagens mais factuais (que é o caso do *corpus* Copa do Mundo), existe apenas a predominância do áudio-ambiente.

Quadro 07 - Estereótipo na reportagem exibida em 26.06.2014

Estereótipo	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Desequilibrados emocionais		<p>Mas nos jogos parece outra pessoa, aflito, ansioso,</p> <p>tenso.</p>



A matéria focada no jogador Fred foi exibida em 26/06/2014, quatorze dias após a estreia do Brasil no Mundial. Ao chamar a reportagem Patrícia Poeta diz que Fred comentou naquele dia o desempenho dele nos três primeiros jogos da Copa. A apresentadora conversa com Galvão Bueno dizendo que vida de centroavante não é fácil. E o narrador concorda e enfatiza que “é sempre o mais marcado, a cobrança é grande e, às vezes, dá até a impressão de que nem está no jogo” e ainda destaca que “o centroavante se alimenta de gols”.

Logo no primeiro *off* o repórter Marcos Uchôa fala das características de Fred durante os treinos: “alegre, brincalhão, reflete um pouco a liderança que tem”. Porém, na sequência diz que nas partidas o jogador: “parece outra pessoa, aflito, ansioso, tenso. Reclama dos companheiros”. Ferrés (1998) destaca que a manifestação mais evidente do caráter estereotipado do discurso na TV é o recurso do maniqueísmo, pois os personagens positivos e negativos facilitam a catarse a partir do duplo mecanismo de envolvimento emotivo que é a identificação positiva e a projeção de sentimentos negativos. No caso de Fred, neste primeiro *off* ele é apresentado de maneira positiva e também negativa. A negativa caracteriza um certo descontrole emocional. As imagens (quadro 7) que são mostradas junto à narrativa textual confirmam o que está sendo descrito.

A narrativa segue contando que o atacante “andou desamparado” nas três primeiras partidas e que conseguiu arrumar um pênalti a favor do Brasil. E destaca o tempo que o atleta permaneceu nos jogos com a bola: 12 segundos contra a Croácia, 10 segundos contra o México e 13 segundos na partida com Camarões. A narrativa audiovisual reforça os tempos a partir de um relógio colocado no canto superior do vídeo. Nesse aspecto, podemos inferir que o jogador como atacante não foi eficiente. O repórter relata o único gol do jogador na Copa contra Camarões e o abraço recebido de Neymar que tinha: “compreensão, até compaixão pelo sufoco que é a vida de um centroavante”. No encerramento da matéria Fred diz que já sabe o final da história: “Eu sei que vai dar tudo certo e eu não tenho dúvida disso”.

Podemos ter indícios de que a reportagem pontua o descontrole emocional, embora destaque a pouca eficiência do atacante nos jogos da Copa do Mundo. A questão irá se repetir em

outras reportagens sobre a equipe até a derrota para a Alemanha. Dessa forma, como nos diz Motta (2013) as notícias podem ser vistas como uma forma de repetição, diversos conteúdos acabam tendo uma recorrência regular na mídia, o que as aproxima do mundo mítico. Bird e Dardenne (1999), nesse mesmo sentido, afirmam que as notícias podem ser vistas com um mito ao trazerem explicações para temas complexos por meio de narrativas ritualísticas.

Quadro 08 - Estereótipo na reportagem exibida em 30.06.2014

Estereótipo	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Desequilibrados emocionais	   	<p>são momentos quase, em alguns momentos quase desespero, às vezes de descontrole emocional, de nervos à flor da pele, Tá faltando a nossa Seleção um pouco de calma nessa hora, Já foram muitas lágrimas brasileiras</p> <p>no caldeirão de emoções desta Copa,</p> <p>desde a estreia.</p> <p>Antes do hino,</p>



depois do hino,



Antes dos pênaltis,



depois dos pênaltis,



É tanta emoção que às vezes preocupa.



Você chorando, Thiago Silva chorando, não tava passando confiança, né? Pô, se a câmera tiver me pegando, acho que a torcida brasileira vai falar: Pô, nosso goleiro está chorando antes de começar a cobrança de pênalti.



Vontade eles têm muita, Mas será que ela transborda? E até que ponto pode afetar o equilíbrio emocional do time?

Há quatro meses, o capitão Thiago Silva já se queixava de insônia pensando na Copa, Tem se emocionado em campo,

Nas comemorações de gol, não se vê Thiago Silva, sempre preocupado com a recomposição do time na saída de bola.

Pedi para não cobrar pênalti,

e nem viu as cobranças, Eu reflito sobre tudo aquilo que eu passei para chegar até aqui.

Cobrança, ele faz muito, de si mesmo. No primeiro jogo, não parecia que eu era o Thiago Silva. Eu me perguntava: pô você desaprendeu a jogar futebol. Tá nervoso porquê?

		<p>a Seleção sofreu e extravasou, A Seleção teve um desgaste emocional tão grande, que nem festa houve no vestiário da vitória, Ficou a maioria, a maior parte aí em silêncio, porque foi um jogo sofrido.</p> <p>E vamos combinar: somos latinos, sensíveis mesmo.</p> <p>E chorar... Não é uma fraqueza, É humano.</p>
--	--	--

A reportagem exibida em 30/06/2014 foi ao ar dois dias após a classificação do Brasil as quartas-de-final da Copa do Mundo. Em partida contra o Chile a decisão foi mediante a cobrança de pênaltis, na qual o goleiro Júlio César se destacou ao realizar duas defesas. Logo na cabeça, Patrícia Poeta e Galvão Bueno enfatizam a preocupação com o lado emocional dos jogadores da Seleção em jogos da Copa. O narrador chega a dizer: “são momentos quase, em alguns momentos quase desespero, às vezes de descontrole emocional, de nervos à flor da pele”.

A matéria inicia destacando que: “a sensação da sobrevivência, conforta, alivia e fortalece”, ao se referir à classificação contra o Chile. As imagens mostram Felipão sorrindo e os goleiros Júlio César e Jefferson rindo, também. A factualidade do VT se dá apenas no início do *off*, logo a seguir a narrativa faz uma análise dos momentos que os atletas se mostram frágeis durante as partidas. A narrativa textual deixa em evidência que já foram muitas lágrimas no caldeirão de emoções da Copa desde a sua estreia e ainda descreve os momentos em que isso aconteceu: “antes do hino, depois do hino. Antes dos pênaltis, depois dos pênaltis”. A narrativa audiovisual confirma


o que está sendo dito ao mostrar os jogadores chorando ou com os olhos marejados, basicamente, em primeiro plano (quadro 7). O *off* chega a dizer que tanta emoção preocupa. Conforme Ferrés (1998), a televisão ao utilizar os estereótipos tende a focar seletivamente a atenção dos telespectadores para as partes isoladas da realidade que quer destacar. Dessa maneira, o reducionismo permite que o telespectador faça uma interpretação da realidade de forma fácil, seguindo suas expectativas.

Na sequência, a reportagem traz uma entrevista que o goleiro Júlio César deu ao programa da Rede Globo Central da Copa. O ex-jogador Ronaldo Nazário pergunta: “Você chorando, Thiago Silva chorando, não tava passando confiança, né?”. O goleiro titular da Seleção brinca com a questão do choro antes dos pênaltis contra o Chile e sobre o que o torcedor deveria estar pensando no momento. A passagem de Tino Marcos enfoca a questão da responsabilidade e da pressão de estar defendendo a Seleção e parte para um questionamento: “Vontade eles têm muita. Mas será que ela transborda? E até que ponto pode afetar o equilíbrio emocional do time?”. Um psicólogo do esporte diz que pode ajudar como pode atrapalhar, deixando a dúvida.

A reportagem destaca, então, o zagueiro Thiago Silva e os momentos de emoção que o jogador tem demonstrado em campo. Pediu para não cobrar pênalti na partida contra o Chile, ficou de costas na hora da cobrança e disse que se perguntava no jogo de estreia na Copa: “será que você desaprendeu a jogar futebol? Está nervoso por quê?” Como infere Ferrés (1998) a informação na televisão potencializa e dá preferência aos valores emotivos com a intenção de aumentar os índices de audiência. Existe uma certeza do meio que as emoções fáceis atraem de maneira mais eficaz os telespectadores. Uma estratégia que, de certa forma, ganha mais força ao estar focada no esporte. Como nos indica DaMatta (2006, p.163), “o futebol é uma importante agência de dramatização da sociedade brasileira”.

A narrativa prossegue ao dizer que não houve comemoração no vestiário do Brasil após a vitória contra o Chile, em virtude do desgaste emocional. E Paulinho confirma: “Ficou a maioria, a maior parte aí em silêncio, porque foi um jogo sofrido”. Na parte final da matéria Tino Marcos utiliza o recurso usual no telejornalismo que, depois de ter abordado um tema negativo, finaliza o VT com um tom mais positivo. O objetivo é manter o telespectador na audiência. Assim, o especialista em psicologia do esporte é utilizado novamente na edição para enfatizar que os jogadores podem tirar proveito da experiência e ganhar mais confiança. E no que parece uma justificativa, o repórter afirma: “E vamos combinar: somos latinos, sensíveis mesmo, chorar ...” Na sequência o especialista diz: “ Não é uma fraqueza. É humano”. A imagem que encerra o VT mostra Júlio César abraçado em David Luiz, que chora. Assim, os atletas mostrados antes da Copa como heróis em suas jornadas de vida, passam a ser tratados como “simples” mortais.

Quadro 09 - Estereótipo na reportagem exibida em 02.07.2014

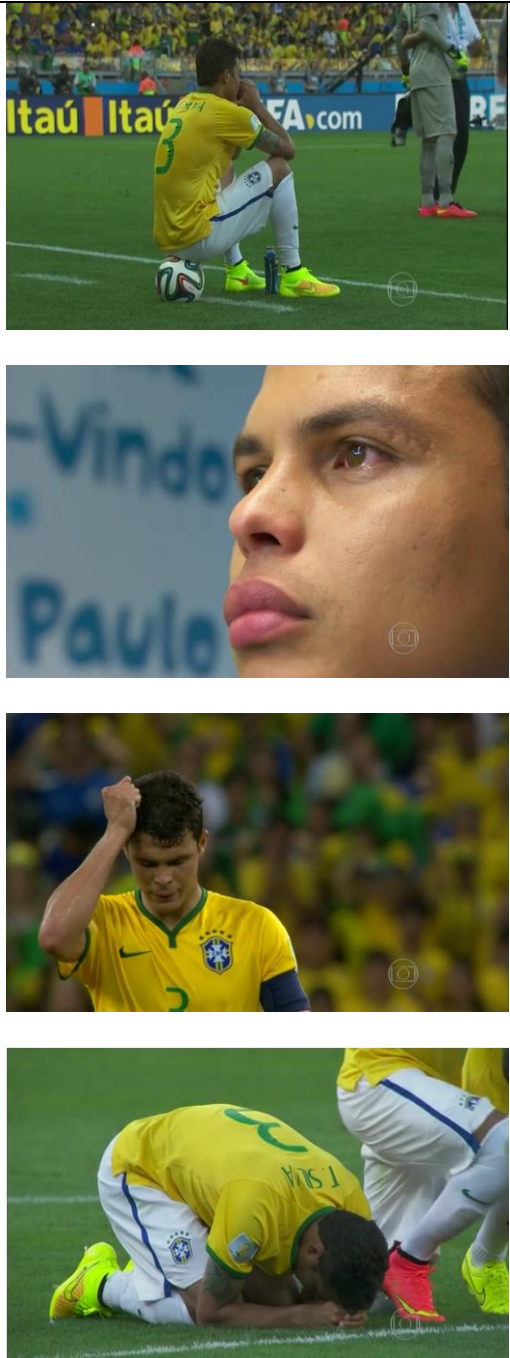
Estereótipos	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Desequilibrados emocionais		A palavra pressão foi uma das mais usadas nas perguntas a Neymar, Ninguém está com problema emocional. Está todo mundo muito bem, Novas lágrimas não estão descartadas. Desde que sejam de alegria, Que no final a gente sorria ou chore de alegria.

A terceira reportagem a ser analisada é a que foi exibida no dia 02/07/2014 e destaca o atacante Neymar. A matéria que, aparentemente, está focada na volta do jogador aos treinos após uma lesão na coxa, aborda também a questão do desequilíbrio emocional dos jogadores da Seleção. A cabeça que chama o VT destaca que Neymar é o craque da Seleção, que o torcedor confia nele e que o atacante está “extremamente confiante”. Logo na abertura da matéria Tino Marcos exalta a importância do jogador para a equipe e cita o retrospecto dele pelo Brasil. A narrativa informa o torcedor que o atacante deve jogar na partida contra a Colômbia. E mostra as faltas que ele sofreu no jogo contra o Chile, que originaram a lesão. Porém, no meio do VT a questão do desequilíbrio emocional é levantada pelo repórter. Tino Marcos diz que a palavra “pressão” foi uma das que mais apareceu na entrevista coletiva de Neymar. E a sonora do jogador escolhida para ir ao ar diz o seguinte: “Ninguém está com problema emocional. Está todo mundo muito bem”. E o *off* na sequência enfatiza: “Novas lágrimas não estão descartadas. Desde que sejam de alegria”.

Traquina (2008) aponta que ao construir a notícia o jornalista contemporâneo privilegia a visão bipolar, por isso, utiliza como valores de construção, a personalização e a simplificação. Assim, o uso dos estereótipos se faz necessário. Ferrés (1998) ainda destaca que ao ser aceito pelo telespectador o estereótipo vai preencher as necessidades do inconsciente e do emocional. No entanto, quando assimilado vai contribuir para criar ou reforçar ideias e valores. Dessa forma, podemos ter indicativos que as reportagem, mesmo não tratando do assunto em si, acaba por tocar na questão “emocional” e, em um certo aspecto, reforça juntamente com a primeira e a segunda matérias analisadas, a sensação de

que os jogadores não possuem equilíbrio psicológico em campo. A própria imagem escolhida para ilustrar a questão (quadro 8) reforça isso ao mostrar o jogador no treino mexendo no rosto cabisbaixo.

Quadro 10 - Estereótipo na reportagem exibida em 03.07.2014

Estereótipo	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
<p>Desequilibrados emocionais</p>		<p>um dos assuntos foi o choro dele antes da disputa de pênaltis entre Brasil e Chile, Ele fez questão de dizer que o choro é algo natural , e que a emoção não afeta o trabalho dele em campo, Thiago Silva ainda teve que explicar o seu comportamento durante os pênaltis contra o Chile.</p> <p>A pressão era muito forte para ganhar aquele jogo, Se você perde, volta para casa, A descarga emocional que eu tive foi por causa disso, As lágrimas,</p> <p>as reações na Copa, segundo Thiago,</p> <p>não interferem no desempenho em campo.</p>

A matéria exibida um dia após a reportagem sobre a volta de Neymar aos treinos, mais uma vez, traz o componente emocional. A apresentadora Patrícia Poeta enfatiza que na entrevista que Thiago Silva concedeu naquela tarde, um dos assuntos foi o “choro dele” antes dos pênaltis entre Brasil e Chile. E Galvão Bueno destaca que o zagueiro disse que: “a emoção não afeta o trabalho dele em campo”, tanto que o Thiago está na Seleção da Copa que a Fifa elege.

O repórter Eric Faria inicia o *off* relatando que na coletiva, antes do jogo contra a Colômbia, o jogador “ainda teve que explicar o seu comportamento durante os pênaltis contra o Chile”. A sonora do atleta diz que “a pressão era muito forte para ganhar aquele jogo” e que “a descarga emocional” que ele teve foi por causa disso. A narrativa audiovisual mostra o atleta em primeiríssimo plano sério durante a coletiva e sentado sobre a bola do lado de fora do campo, antes dos pênaltis contra o Chile. A matéria afirma ainda que: “as lágrimas, as reações na Copa, segundo Thiago, não interferem no desempenho em campo”. O imagético da edição mostra o capitão com os olhos marejados em primeiríssimo plano antes de entrar em campo, batendo na cabeça e abaixado de costas nas cobranças de pênaltis contra o Chile. Mais uma vez, a imagem confirma e dá força ao que a narrativa verbal expõe.

Ferrés (1998) ao tratar dos efeitos dos estereótipos lembra que a constante exposição a imagens estereotipadas da realidade faz com que sejam construídas representações mentais da realidade que, também, são estereotipadas. O autor enfatiza ainda que os que não seguem a visão estereotipada da realidade oferecida pela televisão, estão ameaçados de isolamento social e de marginalização do coletivo. Na sequência da matéria o jogador faz questão de dizer que: “na minha visão não me atrapalha nada” e afirma que é um “cara campeão não só dentro de campo, como fora”. O técnico pede a palavra e defende o jogador ao dizer que não são essas pequenas coisas que vão fazer o time piorar ou não. A reportagem ouve os ex-capitães Dunga e Cafu que afirmam que é necessário respeitar as individualidades de cada um.

Mais uma vez, a narrativa em sua parte final ganha um tom mais ameno confirmando que Thiago Silva foi eleito capitão, não só pelo técnico Luiz Felipe Scolari, mas pelo grupo de jogadores em conversas com a psicóloga da Seleção. E que no jogo contra a Colômbia vai liderar os jogadores tendo a confiança de todos. Podemos inferir, que inicialmente, a narrativa ressalta o desequilíbrio emocional do jogador, mas se encaminhando para o final ameniza um pouco essa condição para chamar o jogo que será transmitido pela emissora no dia seguinte.

Quadro 11 - Estereótipo na reportagem exibida em 04.07.2014

Estereótipo	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
<p>Desequilibrados emocionais</p>		<p>O mundo de olho nos olhos de Thiago. Estão secos? Vão chorar?</p> <p>Resposta de capitão: olhos cerrados, assunto encerrado, Quem ficou preocupado com os olhos se esqueceu do joelho,</p> <p>Quem esperava lágrimas encontrou um punho cerrado, As pessoas falam muito em emoção, quem não se emociona não cumpre com seu papel dentro de campo.</p> <p>Não foi um colombiano, e sim David Luiz quem consolou James Rodríguez, pedindo aplausos para secar as lágrimas de um menino que também brilhou nessa Copa.</p>

A reportagem que foi ao ar dia 04/07/2014 destaca a vitória do Brasil sobre a Colômbia e a classificação às semifinais da Copa do Mundo. Porém, em uma narrativa que enfatiza os personagens David Luiz e Thiago Silva, a questão do estereótipo “desequilibrados emocionais” volta a aparecer. Ao chamar a matéria Patrícia Poeta e Galvão Buenos destacam que em sua terceira Copa, o técnico Felipão chega às semifinais da competição pela terceira vez. E ainda que a dupla de zagueiros “jogou demais”.

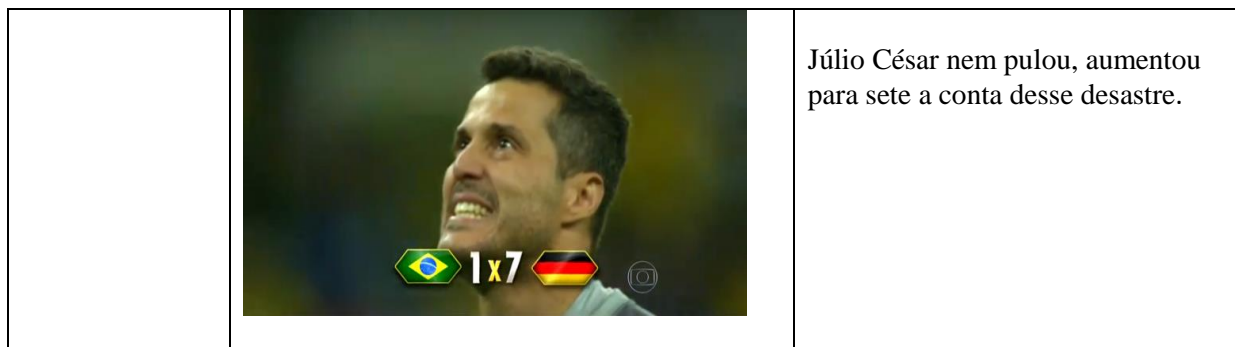
Logo na abertura, a primeira frase do repórter Pedro Bassan diz: “O mundo de olho nos olhos de Thiago. Estão secos? Vão chorar? Resposta de capitão: olhos cerrados, assunto encerrado”. A narrativa imagética mostra o jogador vindo para o túnel que dá acesso ao campo com um semblante sério e depois exibe um primeiríssimo plano dele, na hora do hino, de olhos fechados. Na sequência, o *off* diz: “E vamos falar de futebol”. A partir daí conta o gol do capitão brasileiro, a comemoração dele batendo no peito e enfatiza: “quem esperava lágrimas, encontrou um punho cerrado”. A imagem mostra o jogador vibrando de punho fechado. E a sonora do atleta vem em tom de defesa: “As pessoas falam muito em emoção. De repente, quem não se emociona não cumpre com seu papel dentro de campo”. De acordo com Ferrés (1998), o estereótipo sob a aparência de contribuir para a realidade, acaba por perpetuar equívocos. Ao ser a inversão do mecanismo de sedução, sob a aparência de comunicação acaba por isolar e sob aparência de informação, acaba desinformando.

Logo após o gol de Thiago, uma frase do repórter chama a atenção: “No Brasil, o capitão é uma autoridade que fala para o país inteiro, cada gesto é um discurso”. Podemos entender a narrativa como ambígua. Apesar das imagens mostrarem o atleta gesticulando em campo na partida, não podemos esquecer que no seu início a matéria recordou o choro do capitão e toda a carga emocional que já vinha sendo enfatizada, há vários dias. Se “cada gesto é um discurso” o personagem passou de “fraco”, a “líder” na mesma reportagem. Ferrés (1998) recorda que na narrativa audiovisual o maniqueísmo se manifesta na divisão dos personagens com características opostas, o que é assimilado porque satisfaz o eu ideal. No caso da matéria em questão, um só personagem assumiu as características opostas.

A narrativa prossegue mostrando o cartão amarelo que Thiago levou e o deixou fora das semifinais. Assim, teve que passar a faixa para David Luiz que logo marcou o segundo gol do Brasil. Quase ao fim da narrativa o repórter destaca: “Não foi um colombiano, e sim David Luiz quem consolou James Rodríguez, pedindo aplausos para secar as lágrimas de um menino que também brilhou nessa Copa”. Apesar de falar do jogador colombiano, a narrativa acaba, de certa forma, por fazer alusão ao episódio dos jogadores brasileiros que choraram em vários momentos do Mundial, entre eles David Luiz. No encerramento, Pedro Bassan destaca que faltam dois passos para conquistar a Copa e a braçadeira (de capitão) está “com todos nós”. Mais uma vez aparece a no discurso a intenção de manter o telespectador na torcida pela equipe brasileira.

Quadro 12 - Estereótipo na reportagem exibida em 08.07.2014

Estereótipo	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
<p>Desequilibrados emocionais</p>		<p>Houve choro de novo</p> <p>e dessa vez o mais doloroso,</p> <p>em seis minutos haveria o maior apagão de uma Seleção Brasileira em todos os tempos, como se jogassem contra crianças, taticamente, individualmente a Seleção se curvava ao imenso domínio alemão.</p> <p>E saiu de campo vaiada ao fim do primeiro tempo.</p>



A reportagem exibida no dia 08/07/2014 descreve a derrota de 7 a 1 sofrida pelo Brasil frente à Alemanha. Em um tom de certa consternação Galvão Bueno apenas chama alguns dos momentos do jogo com o repórter Tino Marcos. A matéria abre com a frase: “Houve choro de novo e dessa vez o mais doloroso”. O repórter, claramente, se refere à série de momentos durante a Copa do Mundo nos quais os jogadores tiveram crises de choro. Esses episódios foram sendo pontuados ao longo da cobertura e ganharam mais destaque após o jogo contra o Chile. As duas primeiras imagens retratadas no quadro acima reforçam o estereótipo “desequilibrados emocionais” ao mostrar os jogadores brasileiros abraçados chorando. Imagens que se repetiram e foram mostradas durante a cobertura do Mundial.

A narrativa passa a relatar a chegada da Seleção ao estádio, a presença de Bernard no lugar de Neymar (que sofreu uma lesão nas costas no jogo contra a Colômbia e ficou fora da competição). Depois disso, são mostradas as cenas da torcida no Estádio Mineirão incentivando os jogadores. Mas, o repórter conta que logo aos 10 minutos de partida “o parque de diversões alemão abriu suas portas” para Müller marcar o primeiro gol do time adversário. Na sequência, Tino Marcos relata que em seis minutos “haveria o maior apagão de uma Seleção Brasileira em todos os tempos”, o que determinou o placar de 5 a 0 em 28 minutos. As frases “como se jogassem contra crianças” e “Taticamente, individualmente, a Seleção se curvava ao imenso domínio alemão”, esboçam um pouco a dimensão da falta de equilíbrio dos jogadores, que fica retratada na perplexidade do banco de reservas, destacada no quadro 12. Ao fim do primeiro tempo, a narrativa diz que a Seleção: “saiu de campo vaiada”. A narrativa imagética mostra o jogador William cabisbaixo saindo em direção ao vestiário, podemos dizer que ,nesse momento, temos indícios de que a imagem expressa uma equipe de “derrotados”.

No segundo tempo, Tino Marcos relata que houve uma pequena melhora brasileira e destaca dois chutes de Paulinho e uma defesa do goleiro Júlio César. Mas, logo em seguida, a Alemanha fez o sexto gol e como o repórter diz: “Schürrle entrou no segundo tempo e fez história, no chute em que Júlio César nem pulou, aumentou para sete a conta desse desastre”.

A frase que encerra a reportagem: “Não havia o que comemorar: 7 a 1” é acompanhada da imagem de Júlio César com o placar da goleada no rosto. Poderíamos inferir que a imagem representa uma marca, a marca de mais uma derrota em Copas do Mundo vivida pelo jogador.

Assim como Júlio César, os personagens da derrota para a Alemanha são construídos pela técnica da mídia que engoliu a técnica jornalística fazendo com que predomine o espetáculo e sua forma de narrar o que acontece (SILVA, 2003). Da mesma maneira que Coutinho (2012, 2006) e Motta (2013), Juremir Machado da Silva (2003) acredita que a narrativa hoje incorpora cada vez mais os elementos dramáticos, aproximando-se da ficção, da novela, destacando a intriga com personagens, oposição do bem x mal para dar profundidade psicológica aparente aos personagens. E nessa oposição marcada de papéis o que aconteceu foi que os heróis da Seleção acabaram por se tornar vilões.

Como afirma Motta (2000), ao se aproximar da realidade que precisa relatar, o repórter utiliza os seus recursos mentais conscientes e os impulsos inconscientes, suas imagens mentais mais profundas. Essas imagens projetariam no seu consciente representações arquetípicas, que muitas vezes podem ser chamadas de estereótipos, dos quais o profissional não consegue se livrar. Ao se deparar com uma situação de crise e conflito ele aciona uma rede de constantes simbólicas que vão ajudá-lo a interpretar e organizar a sua linguagem narrativa na forma de uma reportagem. Torna-se mais fácil para o jornalista entender o que vai relatar e, a partir disso, passar a informação de uma maneira mais simplificada para o telespectador. Conforme Ferrés (1998), o estereótipo é um recurso utilizado de forma eficaz no processo de homogeneização da realidade, o que inclui ideias, valores e comportamentos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O esporte adquire o status de produto midiático na sociedade contemporânea, a qual se notabiliza pelos meios de comunicação que se constituem em um espaço privilegiado de produção de discurso. É na televisão, meio hegemônico no Brasil, que as narrativas audiovisuais se impõem no plano do inconsciente, ao privilegiarem a emotividade despertando os mecanismos de identificação e projeção. Mecanismos que encontram um terreno fértil no campo do futebol pela sua natureza passional e contagiante.

Ao promover e estreitar o laço social entre os telespectadores/torcedores o futebol, pelo seu caráter simbólico, é o lugar ideal para o emergir dos mitos que atravessam séculos e percorrem os caminhos da psique humana. No imaginário social, o arquétipo do herói é o mais conhecido deles, ganha força e se perpetua através das narrativas midiáticas que têm nos megaeventos esportivos o seu ápice. O conteúdo voltado para uma grande competição se impõe na cobertura das emissoras, mais especificamente, das que detém os milionários direitos de transmissão, como é o caso da Rede Globo.

Ao investir cifras não reveladas, a emissora líder em audiência no país, utiliza todos os recursos multimeios que possui para promover os eventos das quais é detentora. No caso da Copa do Mundo de Futebol, nosso objeto de estudo, uma das estratégias utilizadas é direcionar a cobertura jornalística para o evento. Durante quatro anos o assunto entra na pauta em momentos pontuais, e ganha intensidade à medida que se aproxima o ano da competição. Dessa maneira, a autonomia do trabalho jornalístico é fragilizada e a construção da notícia gira em torno da promoção comercial, apesar de sua aparente factualidade. Obrigatoriamente, o Jornal Nacional e os demais telejornais da rede, abrem espaço para a divulgação do torneio que é considerado o mais importante no mundo esportivo. Em 2014, o tema ganhou mais relevância pelo fato do Mundial ser disputado pela segunda vez no Brasil.

Dessa forma, a cobertura se valeu de um componente a mais para ser explorado, se em 1950 o Brasil perdeu a Copa em casa para o Uruguai, o chamado “Maracanaço”, em 2014 era hora de se livrar do estigma e conquistar o hexacampeonato em casa. Como em todo acontecimento midiático a torcida/audiência é chamada a participar e os meios de comunicação promovem a identidade coletiva através dos símbolos do patriotismo. Em frente às telas em casa, em locais públicos ou no estádio, a torcida aguardava ansiosa a entrada dos bravos guerreiros que iam ao campo de batalha recuperar a honra de outrora perdida.

Diante desse contexto, a inquietação que moveu esta pesquisa durante dois anos, foi tentar entender se o Jornal Nacional, ao construir narrativas apoiadas na dramaturgia e no

mito do herói, deixa a informação em segundo plano com o propósito de atrair a audiência para o Mundial de Futebol. O objetivo geral visa investigar como o Jornal Nacional constrói o mito do herói nas narrativas sobre os jogadores da Seleção Brasileira de Futebol antes da Copa do Mundo de 2014 e, a partir do momento que os jogadores e os resultados não inspiram confiança, verificar qual é a estratégia utilizada pelo telejornal para não se comprometer em relação à audiência.

Este estudo está dividido em cinco capítulos. No primeiro deles abordamos o mito, suas definições conceituais e a relação com o sonho e o imaginário. Discorremos, mais especificamente sobre o mito do herói e o herói esportivo do mundo do futebol. O segundo capítulo aborda a notícia como construção da realidade social e a mídia como reprodutora do mito na sociedade. O jornalismo, a relação da audiência com os meios de comunicação, principalmente no âmbito televisivo, estão contemplados no terceiro capítulo que ainda aborda o telejornalismo e suas peculiaridades. Também percorremos os caminhos que levam às narrativas e a dramaturgia do telejornalismo e, ainda, a construção do personagem pelo estereótipo. No quarto capítulo a Copa do Mundo ganha centralidade e discutimos a importância do Mundial de Futebol como acontecimento midiático na televisão. Os procedimentos metodológicos e a análise do *corpus* Série Seleção e do *corpus* Copa do Mundo se fazem presentes no quinto capítulo desta dissertação.

A Análise de Conteúdo em Bardin (2011), adotada como metodologia nesta pesquisa, nos permitiu fazer inferências a respeito do recorte do *corpus* escolhido formado por seis reportagens da Série Seleção e seis reportagens da Copa do Mundo. Ao utilizarmos a análise quantitativa, na primeira parte do *corpus*, comprovamos cientificamente que as características que envolvem a jornada do herói embasadas em Campbell (2005) se faziam presentes em todas as reportagens. **Vitória, amor, derrota, renascimento, persistência e desprezo** obtiveram maior frequência e conseqüentemente foram as escolhidas para a análise categorial.

Da mesma forma, procedemos à análise quantitativa dos planos, o que nos permitiu concluir que o primeiríssimo plano (PPP) era utilizado com maior frequência nas reportagens. Sendo assim, o referido plano foi utilizado, na medida do possível, para compor os quadros de análise. A escolha dos personagens analisados nas reportagens se deu através da observação do *corpus* Copa do Mundo do qual selecionamos os seis jogadores que mais apareceram nas reportagens, sonoras, notas cobertas e vivos. O resultado evidenciou Neymar, Júlio César, David Luiz, Thiago Silva, Fred e Paulinho. Com isso, cumprimos o nosso primeiro objetivo específico que visa identificar quem são os personagens mais recorrentes que aparecem nas narrativas sobre a Seleção Brasileira de Futebol.

Ao procedermos à análise das primeiras seis reportagens temos indicativos para afirmar que o caminho da aventura do herói representado pelos rituais: separação-iniciação-retorno aparece em todas as histórias narradas. O atleta recebe o chamado para a prática esportiva e vai em busca do sucesso no futebol, o que implica separação da família em algum momento. Em sua iniciação conta, muitas vezes, com o auxílio de uma figura protetora, enfrenta diversas provas e também convive com a derrota. No entanto, acaba por ser vitorioso no campo de batalha, faz sucesso no mundo profissional, e retorna de sua jornada vitorioso. No retorno traz a sabedoria que vai passar para a sua comunidade.

Os ensinamentos da volta triunfal se sobressaem na matéria do zagueiro David Luiz, ao ser responsável por um projeto social em sua cidade, ou mesmo na história contada sobre o goleiro Júlio César, que passa seu exemplo de vida ao filho Cauet. A presença da figura protetora se faz mais evidente nas narrativas sobre o atacante Neymar e sobre o volante Paulinho, que destacam a importância dos treinadores no início da carreira dos atletas. De certa forma, a presença da família calcada na figura do pai e da mãe também se aproxima dessa figura auxiliar nas seis reportagens.

Note-se, porém, que nem todas as características do herói estão presentes nas histórias dos jogadores. A constatação vem de encontro a Campbell (2005) que afirma que algumas características são suprimidas nas narrativas, o que não impede que a jornada seja identificada como tal. Em nossa análise percebemos que os jogadores David Luiz e Thiago Silva não possuem a característica **desprezo** em suas trajetórias narradas pelo repórter Tino Marcos. No entanto, assim como os demais personagens, os principais atributos de mais fácil identificação com o herói estão presentes: **vitória, amor, derrota, renascimento e persistência**. Dessa maneira, podemos afirmar que foi confirmada a primeira parte da hipótese desta pesquisa que diz que o Jornal Nacional constrói o mito do herói nas narrativas sobre a Seleção Brasileira de Futebol antes da Copa do Mundo de 2014.

À medida que procedemos à análise comprovamos a predominância do primeiríssimo plano, seguido do primeiro plano na edição das reportagens da Série Seleção, o que nos indica intenção de aproximar o telespectador da narrativa. O artifício acaba por trazer a audiência para dentro da história e inevitavelmente deixa latente a lógica das emoções, que se torna mais poderosa à medida que as matérias ultrapassam os seis minutos e os personagens ganham mais profundidade. Além da questão dos planos mais fechados, o uso dos recursos da dramaturgia do telejornalismo (COUTINHO, 2012) se fazem presentes nas reportagens do recorte e são possíveis de identificar na edição. As cabeças que chamam as matérias, muitas vezes, apresentam conflitos ou pseudoconflitos que convidam o telespectador a se manter na audiência. No desenrolar das narrativas, esses conflitos ou pseudoconflitos também costuram a história.

A sonorização que ativa os sentidos durante as reportagens, leva o telespectador a um sobe e desce intencional de emoções que conduzem a trama e o caráter espetacular da atuação dos personagens. Nas situações que remetem à conquista é possível evidenciar a utilização do sobe som . O recurso reforça a glória dos atletas que ganha destaque na potência e na emoção da voz dos narradores da Rede Globo. A construção do personagem também se dá pelo uso das imagens em câmera lenta que dão mais emoção e credibilidade ao mito do herói, principalmente, nos momentos em que os jogadores comemoram as vitórias em campo. A dramaticidade está expressa igualmente no uso de máscaras de pós-produção e *fades* na edição, no tom emocional dos textos e das sonoras selecionadas que, acompanhados dos recursos descritos acima, constroem uma narrativa épica.

Dessa maneira, podemos dizer que a Série Seleção trabalha com a construção do percurso heroico-mitológico dos jogadores da Seleção Brasileira através das narrativas jornalísticas que contam suas vidas. As mensagens carregadas de simbolismo que os heróis do futebol trazem consigo ativam os mecanismos do inconsciente e promovem uma experiência catártica que é vivida de maneira individual e coletiva pelos telespectadores. Após a análise das seis primeiras reportagens temos indícios suficientes que nos levam a afirmar que foi alcançada a primeira parte do objetivo geral desta pesquisa que visa investigar como o JN constrói o mito do herói nas narrativas sobre os jogadores da Seleção Brasileira de Futebol antes da Copa do Mundo de 2014. Também foi contemplado o objetivo específico que pretende mapear os recursos da narrativa verbal e audiovisual que identificam o mito do herói nas reportagens selecionadas.

Ao percorrer os caminhos de análise do *corpus* Copa do Mundo observamos que, se em um primeiro momento o JN produziu um discurso dotando os jogadores de poderes heroicos e, conseqüentemente, tornando o Brasil vencedor antes de entrar em campo, em um segundo momento, temos indicativos para afirmar que as narrativas começam a traçar um novo viés dos atletas. Nas seis reportagens analisadas palavras como aflição, ansiedade, tensão, pressão, emoção e choro estão muito presentes nos textos construídos pelos repórteres. A matéria que mais enfatiza o componente da falta de equilíbrio emocional vai ao ar dois dias após os pênaltis contra o Chile e mostra os heróis da Série Seleção profundamente fragilizados. Assim, fica evidente a comprovação da segunda parte de nossa hipótese que afirma que a partir do momento que a equipe não atinge o desempenho esperado, a cobertura se vale de estratégias depreciativas em relação aos atletas.

Mesmo quando a narrativa se refere a Neymar, o principal jogador da equipe brasileira e sua volta aos treinos após uma lesão, o componente emocional aparece na sonora do atleta ao dizer que ninguém da equipe está com problema emocional. A imagem utilizada na edição,

que aparentemente mostra o jogador apenas cansado, passando a mão no rosto durante o treinamento, ganha outro sentido ao ser associada à questão emotiva.

O zagueiro Thiago Silva, destacado anteriormente como um bravo guerreiro que lutou para nascer, superou uma tuberculose e tem as qualidades necessárias para carregar a braçadeira de capitão, é mostrado como frágil e inseguro. E mesmo no momento em que o jogador tem uma boa atuação, juntamente com David Luiz, e marca um dos gols da vitória contra a Colômbia, ele se torna destaque na abertura da reportagem de uma maneira estereotipada.

A narrativa imagética que aparece nos quadros de análise no permite dizer que, em sua maioria, o primeiro plano é utilizado justamente para trazer de uma forma mais evidente para o telespectador os momentos de emotividade de jogadores. As imagens que ratificam a fragilidade do capitão brasileiro são as que aparecem em maior número. Os momentos de choro, de socos na cabeça, do jogador sentado sobre a bola e de costas para as cobranças de pênaltis contra o Chile ganham um robusto significado negativo, principalmente, quando repetidos nas reportagens.

Se antes do Mundial as narrativas sobre os atletas e suas façanhas de certa maneira se repetiam em seu roteiro, a questão da falta de equilíbrio emocional também passou a ser recorrente nas reportagens. A partir disso, embasados em Ferrés (1998), podemos perceber a desconstrução dos personagens por meio do estereótipo negativo que foi ganhando força à medida que a Seleção Brasileira não apresentava grandes atuações individuais e coletivas nos jogos da Copa. Por conseguinte, temos dados para comprovar a segunda parte do nosso objetivo geral: a partir do momento que os jogadores e os resultados não inspiram confiança, verificar qual é a estratégia utilizada pelo telejornal para não se comprometer em relação à audiência. Também temos indícios para comprovar o terceiro objetivo específico que visa evidenciar que tipo de recursos da narrativa verbal e audiovisual estão associados aos atletas quando a Seleção Brasileira de Futebol não atinge o desempenho esperado.

Depois de um longo estudo, podemos concluir que o Jornal Nacional produz um discurso que constrói o herói antes da Copa do Mundo a fim de vender o produto no qual está baseada uma grande cobertura midiática. A questão envolve índices de audiência muito significativos e somas astronômicas em direitos de transmissão e patrocínio. A Seleção Brasileira é apresentada como vencedora, mesmo antes da competição iniciar. A informação sobre as reais condições da equipe para enfrentar outras seleções é relegada a um segundo plano por meio das narrativas mitológicas e da dramaturgia do telejornalismo.

Mas, quando o desempenho não é o mesmo que foi prometido nas histórias das façanhas heroicas dos nossos atletas, a desconstrução dos personagens ganha força pelo uso do estereótipo. De heróis os jogadores passaram a ser vilões, parece-nos uma estratégia para apagar os vestígios de um discurso falacioso que cai perante a realidade dos fatos que acontecem em campo. Por toda essa complexa rede de relações o papel social do jornalismo fica comprometido e passamos a acompanhar o esvaziamento informativo em detrimento do espetáculo da noticioso. As fronteiras entre o que realmente é notícia e o entretenimento se mostram cada vez mais tênues. Colocar a credibilidade em risco pode enfraquecer ou até mesmo por fim a uma atividade social que é considerada uma das bases da democracia. Assim sendo, são quebrados o contrato de comunicação e o contrato pragmático fiduciário e sua relação com a audiência.

Sabemos que nem todas as dúvidas podem ser respondidas em um estudo ao longo de 24 meses, por isso consideramos que esta pesquisa não se esgota aqui, pode ser fonte de inspiração para futuros trabalhos acadêmicos que visem abordar a temática de eventos esportivos na televisão aberta ou até mesmo ampliá-la para diferentes plataformas midiáticas. Em 2016, mais uma grande competição em nível mundial será realizada no Brasil, as Olimpíadas do Rio de Janeiro, as primeiras a serem disputadas na América do Sul. Acreditamos que teremos um momento oportuno de repensar a importância das dinâmicas comunicacionais contemporâneas sob o prisma dos mitos, do esporte e do jornalismo que estão presentes nas narrativas cotidianas de milhões de brasileiros.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Tradução Jacob A. Pierce. Petrópolis: Vozes, 2009.
- ALVIN, Bianca. **A materialização midiática da brasilidade**: a cobertura do Jornal Nacional sobre a seleção de futebol e a narrativa da identidade brasileira. 2010. 221 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2010.
- ARISTÓTELES. **Poética**. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1996.
- BARBOSA, Marialva, GOULART, Ana Paula. Telejornalismo na Globo: vestígios, narrativa e temporalidade. In: **Rede Globo 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, p.206-223, 2005.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1980.
- BENETTI, Marcia. Jornalismo e a lógica transversal do imaginário. In: **Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, II, 2004, Salvador. Anais eletrônicos... Brasília: SBPJor, 2004.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. Obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política. 6 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BIBLIOTECA VIRTUAL EM SAÚDE - PSICOLOGIA BRASIL. Disponível em: <<http://newpsi.bvs-psi.org.br/cgi-bin/wxis1660.exe/iah/>>. Acesso em: 26 mai. 2015.
- BIRD, S. Elizabeth; DARDENNE, Robert W. Mito, registro e ‘estórias’: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: Traquina, Nelson. (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, p. 263-277, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**: seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- _____. **A economia das trocas simbólicas**. 7 ed. São Paulo: Perspectiva, 2011.
- _____. **O poder simbólico**. 16 ed. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 2012.
- CAMPBELL, Joseph. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- _____. **O herói de mil faces**. São Paulo: Cultrix, 2005.
- CANNITO, Newton. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus Editorial, 2010.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Tradução Angela S. M. Corrêa. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

COUTINHO, Iluska. Telejornal e narrativa dramática: um olhar sobre a estrutura da informação em TV. In: EURICO, Alfredo, ANTÔNIO, Flávio, LADEIRA, Célia (Org.). **Telejornalismo: A nova praça pública**. Florianópolis: Insular, p. 99-124, 2006.

_____. **Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG**. Rio de Janeiro: Muad, 2012.

CUNHA, Ricardo Ramos Carneiro da. **Globo Rural: as estratégias da TV aberta para conquistar a audiência da agricultura familiar**. 2015. 180 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

CURADO, Olga. **A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegre, 2002.

DAMATTA, Roberto. **A bola corre mais que os homens**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

DAYAN, Daniel, KATZ, Elihu. **A história em directo: os acontecimentos mediáticos na televisão**. Coimbra: Minerva, 1999.

DUARTE, Orlando. **Todas as copas do mundo**. 3 ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

DURAND, Gilbert. **As Estruturas Antropológicas do Imaginário: introdução à arquetipologia geral**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ELIADE, Mircea. **Aspectos do Mito**. Rio de Janeiro: Edições 70, 1989.

_____. **Mito e realidade**. São Paulo: Perspectiva, 2006.

ESTADÃO. Esportes Futebol. **Final da Copa do Mundo foi vista por mais de um bilhão de pessoas**. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol.final-da-copa-do-mundo-foi-vista-por-mais-de-um-bilhao-de-pessoas,1564835>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

FERRÉS, Joan. **Televisão e educação**. Trad. Beatriz Afonso Neves. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

_____. **Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas**. Trad. Ernani Rosa e Beatriz A. Neves. Porto Alegre: Artmed, 1998.

FIFA.COM. **Historia de la Copa Mundial de la FIFA**. Disponível em: <<http://es.fifa.com/worldcup/history/index.html>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

FRANÇA, Vera V. A televisão porosa: traços e tendências. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **A TV em transição: tendências da programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, p. 27- 52, 2009.

GADRET, Debora Thayane de Oliveira Lapa. **Os enquadramentos de Dilma Rousseff no Jornal Nacional: Suspeição, Humanização e Competência**. 2011. 157 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

GASTALDO, Édison Luis. **Copa do Mundo no Brasil: a dimensão histórica de um produto midiático**. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, n. 41, 1º sem., p.115 -133, 2004.

GITLIN, Todd. **The Whole World Is Watching**. Berkeley, University of California Press.1980.

HAGEN, Sean. **O casal 20 do telejornalismo e o mito da perfeição: como a mídia constrói a imagem dos apresentadores Fátima Bernardes e William Bonner**. 2004. 241 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

HALL, Stuart. **The Narrative Construction of Reality: an Interview with Stuart Hall**. Southern Review, vol. 17, n. 1, 1984.

HELAL, Ronaldo. **O que é Sociologia do Esporte**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **Mídia, construção da derrota e o mito do herói**. Motus Corporis (UGF), Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 141-155, 1998.

_____. **As idealizações do sucesso no imaginário brasileiro**. In: Logos, Comunicação e Universidade, Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, ano 6, n. 10, p. 38-42, 1999.

HENDERSON, J. L. Os mitos antigos e o homem moderno. In: C.G. Jung. **O homem e seus símbolos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1977.

HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: editora Tchê!, 1987.

HOLLIS, James. **Mitologemas: encarnações do mundo invisível**. São Paulo: Paulus, 2005.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2013**. Acesso à Internet e à Televisão e Posse do Telefone Móvel Celular Para Uso Pessoal. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv93373.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2015.

IBOPE MEDIA. **Um país que respira esportes**. Disponível em:<<http://www.ibopemedia.com/um-pais-que-respira-esportes/>>. Acesso em: 10 jul. 2015.

_____. O investimento publicitário em 2014. Disponível em: <<http://www.ibopemedia.com/investimentos-publicitario-de-2014/>>. Acesso em: 10 jul. 2015.

JORNAL NACIONAL. TV Globo. **Conheça o bonde do David Luiz e a trajetória do zagueiro até a Copa**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/05/conheca-historia-por-tras-dos-craques-da-selecao-brasileira.html>>. Acesso em: 02 ago. 2015.

_____. **Tropeços e vitórias: conheça a história do jogador Paulinho.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/05/conheca-historia-por-tras-dos-craques-da-selecao-brasileira.html>>. Acesso em: 06 ago. 2015.

_____. **Julio César quer apagar trauma em sua terceira Copa do Mundo.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/05/conheca-historia-por-tras-dos-craques-da-selecao-brasileira.html>>. Acesso em 08 ago. 2015.

_____. **Não sei o que faria, confessa capitão Thiago Silva sobre conquista da Copa.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/05/conheca-historia-por-tras-dos-craques-da-selecao-brasileira.html>>. Acesso em: 11 ago. 2015.

_____. **Eu tinha sete anos, se emociona Fred ao lembrar da morte da mãe.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/05/conheca-historia-por-tras-dos-craques-da-selecao-brasileira.html>>. Acesso em: 15 ago. 2015.

_____. **Herdeiro da camisa 10, Neymar tem tudo para brilhar na Copa do Mundo.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/05/conheca-historia-por-tras-dos-craques-da-selecao-brasileira.html>>. Acesso em: 18 ago. 2015.

_____. **Eu sei que vai dar tudo certo e eu não tenho dúvida disso, diz Fred.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/06/eu-sei-que-vai-dar-tudo-certo-e-eu-nao-tenho-duvida-disso-diz-fred.html>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

_____. **Pressão de jogar em casa afeta lado emocional dos jogadores da Seleção.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/06/pressao-de-jogar-em-casa-afeta-lado-emocional-dos-jogadores-da-selecao.html>>. Acesso em: 24 ago. 2015.

_____. **Neymar volta a campo após lesão: Estou bem.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/07/neymar-volta-campo-apos-lesao-estou-bem.html>>. Acesso em: 26 ago. 2015.

_____. **Thiago Silva afirma que choro não interfere no desempenho em campo.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/07/thiago-silva-afirma-que-choro-nao-interfere-no-desempenho-em-campo.html>>. Acesso em: 28 ago. 2015.

_____. **Thiago Silva e David Luiz brilham na vitória sobre a Colômbia.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/07/thiago-silva-e-david-luiz-brilham-na-vitoria-sobre-colombia.html>>. Acesso em: 30 ago. 2015.

_____. TV Globo. **Seleção Brasileira sofre goleada da Alemanha em vexame no Mineirão.** Disponível em: <<http://globo.com/rede-globo/jornal-nacional-na-copa/v/alemanha-aplica-goleada-historica-no-brasil-e-esta-na-final-da-copa-do-mundo/3484935/>>. Acesso em: 02 set. 2015.

JUNG, Carl Gustav. **O homem e seus símbolos.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1977.

_____. **Arquetipos e inconsciente colectivo.** Buenos Aires: Paidós, s.d.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública.** São Paulo: Vozes, 2008.

LOVISOLO, Hugo. Esporte competitivo e espetáculo esportivo. In: WW Moreira e R. Simões (orgs.). **Fenômeno esportivo no início de um novo milênio**. Piracicaba: Editora Unimep, 2000.

_____. **Tédio e espetáculo esportivo**. In: Alabarces P. (org.). *Futbologias: fútbol, identidade y violencia em America Latina*. Buenos Aires: Clacso, p. 241-255, 2003.

LUPORINI, Marcos Patrizzi. **O uso de música no telejornalismo**: análise dos quatro telejornais transmitidos em rede pela TV Globo. 2007. 233 f. Dissertação (mestrado em Multimeios) Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Artes, Campinas, São Paulo, 2007.

MAFFESOLI, Michel. **O Imaginário é uma Realidade**. Revista Famecos. Porto Alegre, n. 15, ago. 2001.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Vozes, 5. ed. rev., 2010.

MEIO & MENSAGEM. **Globo dedicou 90% da grade à Copa**. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/06/16/Globo-dedicou-90-porcento-da-grade-a-Copa.html>>. Acesso em: 30 jun. 2014.

_____. **TVs celebram audiência da Copa**. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/07/18/TVs-celebram-audiencia-da-Copa.html>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

MILLER, Toby. A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era. **A TV em transição**: tendência de programação no Brasil e no mundo, p. 9-26, 2009.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MORIN, Edgar. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
_____. **Cultura de massas no século XX**: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **A Psicanálise do Texto**: A Mídia e a Reprodução do Mito na Sociedade Contemporânea. Anais do 9º Encontro Anual da Associação Nacional de Programa de Pós-Graduação em Comunicação. IX COMPÓS. Porto Alegre, p. 1-16, 2000.

_____. **Explorações epistemológicas sobre uma antropologia da notícia**. Revista FAMECOS. Porto Alegre, nº 19, p. 65-80, dez. 2002.

_____. **Notícias do fantástico**: Jogos de linguagem na comunicação jornalística. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006.

_____. A análise pragmática da narrativa jornalística. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologias de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

_____. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

MÜLLER, Angelo Carnieletto. **Lula: a aventura do herói através da narrativa do Jornal Nacional**. 2014. 192 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

NEVEU, Érik. Jornalistas no trabalho. In: **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

OSELAME, Mariana Corsetti. **Fim da notícia: o “engraçadíssimo” no campo do jornalismo esportivo da televisão**. 2012. 153 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

PALLOTINI, Renata. **Introdução à Dramaturgia**. São Paulo: Ática, 1988.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2 ed. rev. e atualizada., 2006.

PAVIS, Patrice. **Dicionário de teatro**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

PEREIRA, Soraya. **Jornalismo televisivo, mito e narrativa**. 2008. 133 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

PIEPER, Marcélia Alves. **O retorno do herói – Ronaldo Fenômeno no cerne da constituição mítica e do comportamento midiático**. 2010. 163 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2010.

PORCELLO, Flávio A. C. TV e poder : as relações sombrias que ajudam a fazer a história recente do Brasil. In: VIZEU, Alfredo; MOTA, Célia Ladeira; PORCELLO, Flávio A. C. (Org.). **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Insular, 2006.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

ROEH, Itzhak. **Journalism and Storytelling, Coverage as Narrative**. American Behavioral Scientist, vol 13, 1989.

RUBIO, Katia. **O atleta e o Mito do Herói: o imaginário esportivo contemporâneo**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.

SÁ, Leonardo. O sentido do som. In: NOVAES, Aduino. **Rede imaginária: televisão e democracia**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015**. Disponível em:< <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2015.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

THOMPSON, John B. **O escândalo político**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008. v. 2.

_____. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. 3. ed. rev. Florianópolis: Insular, 2012. v. 1.

TUCHMAN, Gaye. **Telling Stories**. Journal of Communication, vol. 26, nº 4, 1976.

UOL COPA. **Globo amplia “domínio” sobre a Copa-2014 e vira responsável pelos produtos oficiais do mundial**. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2012/05/31/globo-fecha-mais-um-acordo-com-a-fifa-e-vendera-produtos-oficiais-da-copa-do-mundo-de-2014.htm>>. Acesso em: 10 jul. 2015.

VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. Tradução Karina Jannini. 6. ed. São Paulo, 2012.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 2006.

APÊNDICE A

Ficha de transcrição da reportagem exibida em 07.05.2014

REP 01	Exibição: 07/05/2014	Tempo: 6'32
Formato	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Cabeça	PG William Bonner Bonner, Patrícia Poeta e Luiz Felipe Scolari estão na bancada.	A partir de hoje, eu tô dizendo isso pro público do Jornal Nacional e também pro técnico da Seleção. A partir de hoje aqui no Jornal Nacional a gente vai mostrar uma série especial de reportagens do Tino Marcos que aborda alguns detalhes desconhecidos da vida desses jogadores que você convocou. Então, o técnico da Seleção é nosso convidado pra acompanhar a primeira dessas reportagens especiais. Vamos ver.
Off	Imagens mais fechadas do de David Luiz fazendo caretas e fotos em movimento trabalhadas na pós-produção.	Abre-se a boca, contraem-se os músculos do rosto, especialidade, careta. Assumidamente um careta.
Sonora	PP mãe. GC: REGINA MARINHO mãe de David Luiz	David não bebe, não tem vícios ruins, não é uma pessoa briguenta.
Off	Imagem do jogador com a camiseta da Seleção em campo com um pente gigante amarelo no cabelo. Sonorização leve.	Porém...
Sonora	PP mãe e imagem do jogador em campo rindo.	Bem levadinho, bem brincalhão, farrista.
Sonora	PPP irmã. Mais fotos em movimento do jogador quando criança com efeitos de pós-produção.	Sempre brincou muito, sempre foi hiperativo, muito agitado.
Sonora	PA mãe. Sonora coberta no início com fotos do jogador em movimento.	Extrovertido, brincalhão.
Sonora	PA amigos. Imagem jogador	Brincalhão. Um cara brincalhão.

	rindo pra câmera.	
Sonora	PPP amiga e imagens dele comemorando um gol e brincando com outro jogador da Seleção.	Muito alegre, muito brincalhão.
Off	Imagens do jogador abraçado com dois amigos.	Implicante com os amigos.
Sonora	PM jogador e os amigos.	Moleque energia, moleque energia. Olha o semblante dele (risos).
Off	Imagens de fotos em movimento do jogador quando criança e dos cabelos com ele jogando em campo.	Não é de hoje que aqueles dedos posam de havaianos. O garoto cresceu e com ele: cabelo! Origem?
Sonora	PP jogador.	Africana!
Off	Imagens da mãe e dos cabelos do jogador em campo.	A mãe, Regina, já foi a favor da tesoura, mas desistiu.
Sonora	PP mãe.	Agora quem não quer que corte, sou eu.
Off	Imagem de caricatura e boneco do jogador.	Ficou e virou marca.
Sonora	PP jogador com parte coberta por imagens de torcedores usando peruca.	Os cachinhos do David Luiz são conhecidos pelo mundo inteiro, então em muitos lugares têm peruca , essas coisas todas.
Off	Imagens da família do jogador.	Em casa, nem todos.
Pergunta	PA pais do jogador.	Se eu pedir um favor para o senhor, o senhor pode tirar o boné?
Sonora	PA pais David Luiz.	Tiro.
Pergunta	PA pai do jogador.	É o avesso do David?
Sonora	PP pai.	É o avesso (risos).
Sonora	PP jogador.	Tem que aproveitar enquanto eu tenho

Off	Imagens do jogador em câmera lenta em campo e da mãe dele mexendo no armário e tirando uma bandeira. A sonorização segue leve.	porque senão eu vou ficar igual ao meu pai, que vai cair, eu sei que vai ficar. Que seja longa enquanto dure e com a bênção da Dona Regina . Quem a vê assim séria, mexendo no armário...
Sonora	PM da mãe do jogador mostrando a bandeira para o repórter.	Essa é a bandeira master. Essa é a bandeira do bonde .
Off	Imagem do rosto do jogador na bandeira.	Bonde?
Sonora	PP amiga.	Bonde do David Luiz. O bonde da alegria .
Off	Imagens da torcida brasileira com perucas verdes e amarelas.	O bonde do David Luiz percorreu todos os estádios por onde a seleção jogou na Copa das Confederações do ano passado.
Sonora	PP jogador.	Ela organizou o bonde e ligava pra mim: ô filho eu só preciso de uns bilhetinhos , aí eu: quanto mãe? E ela: uns 47, aí eu falei: mãe!
Off	Imagens de evento do projeto social e da casa do jogador com a mãe dele trabalhando e várias camisetas número 4. A trilha sonora fica mais agitada.	O bonde virou projeto social em Juiz de Fora , no interior mineiro. Em bairros carentes ou na casa da Dona Regina, é comum uma camisa quatro da seleção passando para lá e para cá. É o número do bonde.
Passagem	PM repórter. GC: TINO MARCOS Juiz de Fora, MG	Já são 13 anos desde que o David saiu da casa dos pais e seguiu a estrada do futebol. Mas, de certa maneira, ele tá sempre por aqui. Pais, sobrinho, irmã, primos, amigos, eles vestem David. Eles são apaixonados .
Off	Imagens da irmã com criança no colo.	A irmã.
Sonora	PP Irmã do jogador.	O David, na verdade, é meu orgulho .

Off	Fotos animadas do jogador quando criança trabalhadas na pós-produção.	O amigo Tuquinha de sempre.
Sonora	PP amigo.	Ele já falou para mim que eu sou o irmão dele, entendeu? Isso ele já falou para mim.
Off	Imagens de amigos.	Todo mundo é?
Sobe som	Imagem dos amigos pulando com perucas e bandeira do bonde.	David Luiz!
Off	Imagens do jogador em campo quando criança.	Puxando o aquecimento, conduzindo a bola com velocidade. Nos tempos de campo esburacado, era o meia que fazia ligação com o ponta.
Sonora	PP jogador.	Dá saudade do tempo que era meia atacante. Jogava para frente, sem muita responsabilidade
Off	Fotos do jogador quando criança animadas na pós-produção.	Eram os tempos de infância em Diadema, na Grande São Paulo. Era meia, virou volante e foi para a base do São Paulo Futebol Clube. Jogou lá dos 12 aos 14. Até que o telefone do seu Ladislao tocou.
Sonora	PM do pai. Imagens do jogador. Sonorização dá um tom mais triste.	Tava trabalhando, ligaram pra mim, o seu filho tá sendo dispensado. Ele estava choroso, chorando muito, não queria sair de dentro do Morumbi. Ele não queria sair de jeito nenhum.
Off	Imagens do rosto do pai.	E o que dizer ao filho?
Sonora	PM pai GC:LADISLAU MARINHO pai de David Luiz	Eu só falei uma frase pra ele. Sua vida não termina aqui. Sua vida começa uma nova fase a partir daqui.
Off	Fotos animadas e com máscara da pós-produção do jogador com a camiseta do Vitória e imagens dele pelo	Naquele mesmo ano de 2001 seria aprovado no Vitória da Bahia. Lá, o volante virou zagueiro de sucesso e, aos 18, já era jogador do Benfica de Portugal.

Sonora	Benfica. PP jogador.	E rapidamente providenciou a aposentadoria, dos pais. Eu tirava 80 % e dava para os meus pais, dei a casa e falei: vocês podem parar de trabalhar, vocês trabalharam muito.
Off	Imagens do jogador na Europa e jogando pela Seleção.	Faltava uma realização. E ela veio, em 2010.
Sonora	PA pai.	Quando aconteceu a primeira convocação, ele ligou para mim e falou: pai, chegamos.
Off	Imagens de David jogando pela Seleção. Sonorização com tom mais épico.	Chegou e ficou. Titular e segundo capitão da seleção brasileira. Gol? Ainda não tem. Ou tem?
Sonora	PA do pai.	Não existe outro igual àquele gol que ele fez lá né, contra a Espanha. Aquela ali acho que foi a marcante.
Off	Imagens do jogo Brasil e Espanha.	Eram 40 minutos do primeiro tempo.
Sonora	PP jogador.	Tava tão concentrado que não tinha visto a dimensão que tinha sido aquele lance, tão diferente tinha sido na hora ali.
Off	Imagens do jogo Brasil e Espanha.	Era a final da Copa das Confederações, contra a Espanha. O Brasil vencia por um a zero. Estar ali e não fazer o gol contra, e salvar a seleção, é um golaço!
Sobe som	Curto de Galvão Bueno no lance do gol.	
Off	Imagens do jogador erguendo a taça e comemorando, fotos de careta do jogador e sorrindo quando criança.	Campeão da Liga dos Campeões da Europa com o Chelsea da Inglaterra, que o contratou em 2011. David Luiz, careta.
Sonora		Sempre falo que os dentes não foram feitos

Off	PP jogador. Imagem fechada dos pés do jogador.	só pra morder e sim pra sorrir. E como se ganha?
Sonora	Imagens do jogador pela Seleção, levantando taça e encerra com uma imagem dele em câmera lenta abraçado a um companheiro de equipe erguendo os dedos em direção ao céu depois de se ajoelhar.	Na atitude, no querer, no demonstrar, na garra, na paixão . Todos nós podemos, basta a gente querer, querer de verdade. Tem até que respirar para falar porque... Eu só tenho mesmo que agradecer na minha vida.
Entrevista sobre a reportagem	PG Patrícia Poeta	Felipão, você conhecia tanto detalhes assim, da vida do David Luiz?
	PG e PP Luiz Felipe Scolari	Não, eu não conhecia tantos detalhes assim, mas eu conhecia muitos aspectos da vida do David, de como ele trabalha na área social junto com os pais. E o quanto ele é abusado, ousado. O quanto ele é diferente, não quando está dentro de campo.
	PG Patrícia Poeta	É impressão minha ou você está um pouco emocionado?
	PG Luiz Felipe Scolari	Não, eu fico emocionado. Eu gosto de ver.
	PG Patrícia Poeta	É bonito, né? De ver.
	PP Luis Felipe Scolari	Porque as pessoas às vezes vêm o final. O final, o David Luiz que chegou à seleção. Mas o David Luiz que foi lá, fez peneira, que foi atrás de buscar uma oportunidade e que foi buscando essas oportunidades à medida em que o tempo foi passando, ninguém vê isso ou ninguém lembra. E toda a história de superação. E depois mostrar aqui, através de vocês, ao Brasil todo, a personalidade, o quanto esta é a personalidade da nossa seleção, é importante para mim.
	PG William Bonner	Eu só queria observar, antes de encerrar, que o Tino Marcos foi produzindo reportagens com os jogadores que mais

		frequentemente foram convocados por você e nós aqui já vimos algumas dessas reportagens, são tão emocionantes, quanto essa que a gente viu e as histórias são muito parecidas de superação como essa do David.
--	--	--

Ficha de transcrição da reportagem exibida em 09.05.2014

REP 02	Exibição: 08/05/2014	Tempo: 6'18"
Formato	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Cabeça	PG William Bonner Bonner e Patrícia Poeta na bancada.	Na série de reportagens especiais sobre os jogadores Seleção Brasileira nessa Copa do Mundo, o Tino Marcos conta hoje a história de um titular de Luiz Felipe Scolari que quase parou de jogar.
Off	Imagens de dois adolescentes jogando e um deles tropeça na bola. Gol de Paulinho pela Seleção e PP do jogador com a camiseta da Seleção. Sonorização suave e narração de Galvão Bueno de gol.	Esta é uma história de muitos tropeços e de vitórias surpreendentes.
Sonora	PP da mãe.	A história do Paulinho é uma história bonita.
Sobe som	Segue música suave e sobe som de gol narrado por Galvão Bueno. Imagens em câmera lenta de Paulinho de costas para a câmera sendo abraçado.	
Off	PG das ruas da região e meninos caminhando nelas. Sonorização com música suave com fundo de violão.	E ela começa nas ruas do subúrbio, da Zona Leste de São Paulo.
Passagem	Sai de um ninho de passarinho em uma árvore e	Ninhos. Em geral, oferecem acolhimento,

	vai pra o repórter em PM e termina em PP no treinador. GC: TINO MARCOS São Paulo	proteção, tempo para crescer. Um bom ninho ajuda a criar asas, voar pra longe. E o melhor é saber que um ninho continua por aqui.
Off	PP do treinador Ninho.	Jadiel Antônio Miguel.
Pergunta	PP do treinador. Repórter em off.	Conhecido?
Sonora	PP do treinador e sai em fade out no fim da música.	Como Ninho.
Off	Imagens do professor conversando com os meninos da escolinha. Pan do campo de terra da escolinha.	Até hoje, o professor Ninho comanda a escolinha onde jamais nasceu grama.
Sonora	PP do treinador.	Terrão.
Off	Imagens das pernas dos meninos da escolinha. PPP de Ninho de perfil, fotos animadas de Paulinho quando criança com efeitos de pós-produção. Sonorização suave com fundo de gaita de boca.	Do Terrão , Ninho foi com Paulinho bater à porta de vários clubes. Apostava nele. Iam de ônibus, e na roleta, cabiam os dois.
Sonora	PP do treinador.	Ficava na frente, pequenininho, empurrava ele, passava com uma passagem só.
Off	Imagens em PP de Ninho caminhando.	E foram vários nãos.
Sonora	PP do treinador e imagens em movimento de fotos de Paulinho quando criança trabalhadas na pós-produção. E Ninho segurando fotos de Paulinho.	Ele bateu no São Paulo, bateu no Corinthians, Barueri também. E eu falei: não, tem alguma coisa pra você ainda, né? Vamos dar o nosso último tiro, né?E foi o Audax que abriu as portas pra nós, no caso, né?
Off	Imagem animada de foto do Paulinho com a camisa do	Jogador do Audax, um time sem grande

	Audax, crianças jogando no campinho de terra.	tradição na cidade. Para ir aos treinos, Paulinho experimentou todas as possibilidades do transporte público paulistano.
Sonora	PP de Paulino com imagens de ônibus e metrô.	Acordava lá às 5h40 da manhã e pegava lotação, pegava trem, pegava metrô, pegava ônibus.
Sobe som	Imagens internas de painel de avião e do céu, avião decolando. Sonorização suave.	
Off	Imagens de fotos com animação na ilha de pós-produção de Paulinho.	Viajaria mais, bem mais. Sem escala, do Audax para o Vilnius. De onde mesmo?
Sonora	PP do jogador.	De repente, você recebe uma proposta da Lituânia.
Sonora	PM da mãe.	Nunca, nunca tinha ouvido falar.
Off	Fotos de Paulinho com camisetas dos clubes com animação da pós-produção.	Foi. E descobriu um mundo hostil. Foi apresentado ao racismo.
Sonora	PP do jogador. Imagens de pernas de pessoas no contra-luz produzidas, PPP do rosto do jogador.	Você está longe do seu país, está longe da sua família e aí você vai passear na rua, no centro e daí você vê algumas pessoas imitando macacos, esbarrando em você pra procurar brigas, então pô, às vezes você pensa: Pô o que que eu tô fazendo aqui? Eu não necessito, não preciso disso, de passar por essas situações.
Off	Imagens aceleradas da Polônia e do clube polonês, pés do jogador andando na grama e contra-plongée dele. Sonorização suave.	Mudou de país. Da Lituânia, para a Polônia, outro clube de pequena expressão, o Lodz. E também não se adaptou. Era reserva, quase não jogou. Era o limite para ele.
Sonora	PP do jogador.	Foi onde eu virei pra mulher e disse que não queria mais jogar futebol.
Sonora	PP padrasto GC: MARCOS NASCIMENTO	A intenção dele realmente era parar, porque ele estava muito insatisfeito.

	padrasto	
Off	Imagens de fotos com animação na pós-produção de Paulinho e da família. Música mais melancólica.	Bárbara, a mulher de Paulinho, estava grávida. E ela tinha mais argumentos para convencê-lo a não desistir.
Sonora	Toda coberta com a foto de Paulinho ,da esposa e filha.	E outra coisa também, você não sabe fazer nada a não ser jogar futebol.
Off	A trilha sonora fica mais alta e animada, imagens do jogador em campo pela Seleção e pelo Corinthians.	E ele decidiu seguir. Mudou de opinião , e isso é coisa rara.
Sonora	PP do jogador e imagens dele pelo Corinthians.	Eu sou um cara assim. Quando eu quero, pô não tem jeito, não tem quem tire da minha cabeça.
Off	Imagens dele com a camiseta do Corinthians.	Não é de hoje.
Sonora	PM da mãe.	O Paulinho sempre foi temperamental, né?
Off	Imagens com animação em pós-produção de Paulinho quando criança com a mãe e imagens dela com o treinador. Sonorização de música instrumental .	Ah, mas não tinha pirraça que não fosse controlada pela dona Érica. Ela tinha autoridade, até no futebol.
Sonora	PP treinador.	Ô mãe chata, hein?
Off	PPP do rosto da mãe.	Dona Érica. Até hoje...
Sonora	PM da mãe.	A pressão sobe.
Off	Imagens dos meninos jogando no campinho.	Ama futebol.
Sonora	PM Dona Érica na beira do campo e de Paulinho cantando o hino em jogo da Seleção.	Tem que ser que nem o Paulinho, na hora certa, no lugar certo.
Off	Família na sala vendo jogo do Brasil.	E diante do sofá ... é bola rolando.

Sonora	PP mãe.	Tudo que diz respeito a futebol eu assisto.
Off	Imagem de Paulinho fazendo gol e comemorando. Música suave.	Futebol na veia.
Sonora	Toda coberta pelas imagens do Paulinho comemorando gol.	Ele vem no sangue da gente.
Off	Imagens de gol e comemoração de Paulinho pela Seleção. E Plano detalhe dos olhos do padrasto.	Vê se a dona Érica ia deixar o Paulinho desistir do futebol. A família foi decisiva, incluindo, claro, o Marcos.
Sonora	PP do padrasto.	Graças a Deus, eu sou muito pai deles, tenho maior orgulho disso.
Off	Imagens da mãe e do padrasto, foto dele com Paulinho quando criança, animada na pós-produção.	Marcos se casou com dona Érica quando Paulinho tinha três meses de vida. O pai biológico tinha ido embora.
Sonora	PM da mãe.	Ele não teve o pai ali dele presente, mas ele teve o Marcos.
Off	PPP da filmadora e movimento de zoom out abrindo para o campo e filmadora na mão do padrasto.	E o Marcos filmou tudo.
Sonora	PP do padrasto com capas dos filmes na mão e imagens antigas de Paulinho jogando.	Vixe Maria, se for assistir todas sem desligar leva umas dez horas.
Off	Imagens de Paulinho jogando com máscara aplicada na pós-produção. Imagens de torcida do Corinthians e Paulinho fazendo gol com narração de Cléber Machado. A trilha ganha um tom mais para cima.	Da escolinha do Ninho ao Audax, onde Paulinho recomeçou, na quarta divisão paulista. Dois anos depois, chegava ao Corinthians.

Sonora	PP do jogador.	Futebol ele é bom por causa disso, ele pode mudar muito rápido.
Off	Imagens de Paulinho campeão pelo Corinthians, abraçado por Felipão, no estádio do Tottenham e da mãe dele. Fotos de Paulinho no futebol inglês animadas na pós-produção. Sonorização com tom épico.	Campeão Brasileiro, da Libertadores, do Mundial. Titular da Seleção Brasileira. Jogador do Tottenham, do milionário futebol inglês. Para dona Érica, só tem um porém: lá, segundo ela, não se pode xingar, nem gritar.
Sonora	PM da mãe.	O jogador faz o gol e você só faz: Ah!
Off	Imagens da mãe, de Paulinho comemorando com jogadores da Seleção e do padraço, da filmadora e da mãe de Paulinho abraçando o professor. Imagens de Paulinho com a Seleção e da cidade de São Paulo. Imagens de Paulinho comemorando com os jogadores da Seleção.	Dona Érica terá uma Copa em casa para torcer. E Marcos, e a filmadora de Marcos, e o professor Ninho. O Brasil de Paulinho vai estreiar em São Paulo, mais em casa, impossível.
Sonora	PM do treinador e de Paulinho pela Seleção. Encerra com imagem do jogador de costas sendo abraçado por Felipão em câmera lenta e sobe som do Galvão Bueno gritando: É do Brasil!	Eu acho que a hora que a bola rolar, na Copa do Mundo, aí eu sou um treinador realizado.

Ficha de transcrição da reportagem exibida em 12.05.2014

REP 03	Exibição: 12/05/2014	Tempo: 6'08
Formato	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Cabeça	PG Bonner PG Patrícia Poeta Ambos na bancada	Na série especial de reportagens sobre os jogadores da Seleção Brasileira, Tino Marcos mostra nesta segunda-feira o mais experiente deles: o goleiro Júlio César.
Sobe som	Duas imagens: de um de campo de futebol do alto em jogo da Seleção e outra do goleiro vibrando. Trilha épica.	
Off	PP jogador sentado.	Quem é você?
Sonora	PP jogador sentado enquanto faz pausas na resposta entram imagens. A primeira de um tiro de meta em close e câmera lenta. Depois fazendo movimento com a boca em slow motion na goleira e por último uma defesa em slow motion com as mãos. Volta pra imagem do jogador que morde os lábios e a sua imagem é congelada. A sonorização que vinha em ritmo acelerado para e induz a um suspense.	Júlio César...é um cara...é...
Sonora	PP do irmão sentado. Entra sonorização suave.	Meu irmão é um cara fantástico .
Sonora	PA da mãe sentada no sofá ao lado do marido. Close do goleiro em slow motion olhando para o céu durante	Um ótimo filho .

	partida.	
Sonora	PA do pai sentado no sofá ao lado da mãe.	Coração maravilhoso.
Sonora	PA mãe sentada no sofá ao lado do pai. Imagens do goleiro em foto com os dois filhos.	Um excelente pai.
Off	Imagens em slow motion de defesas do goleiro.	E com as mãos?
Sonora	PP goleiro sentado.	Um cara realizado profissionalmente .
Off	Imagens do jogador em casa segurando vários troféus. Close do rosto do jogador com estante ao fundo. Fade out depois da sonora. Sobe som de música mais agitada.	Taças? Contam-se nas duas mãos. Ainda há espaço na estante.
Off	Imagens tremidas feitas na ilha de edição para casar com a sonorização. Imagem em slow motion de defesa do goleiro e cenas de jogos na Seleção. Em treino conversando com Felipão e comemorando títulos. Imagens jogo Brasil X Holanda pela Copa da África do Sul. Música para repentinamente e entra um fade longo.	Ele tem 34 anos. Nos últimos onze, é a principal referência no gol do Brasil . Júlio César, o homem de confiança de Felipão. O herói de tantas jornadas. Copa? América, das Confederações. Campeão! Mas... E aquela sexta-feira?
Sonora	PP do goleiro rindo	Você é o que mais me faz essa pergunta, mas tudo bem, vamos lá. Qual é a pergunta? Do gol da Holanda?
Sobe som	Trilha sonora que remete à tensão. Imagens em vários ângulos do gol da Holanda onde o goleiro falhou. As imagens aparecem em slow motion e com uma máscara azulada.	

Off	Imagem fechada do goleiro sério depois do gol da Holanda em slow motion. Imagens do gol do Brasil e do gol da Holanda com pequeno sobe som do Galvão Bueno no gol holandês.	Valia um lugar na semifinal da Copa da África, em 2010. O Brasil vencia, mas tomaria a virada.
Sonora	Imagens em slow motion do gol da Holanda em vários planos e ângulos.	Uma bola que o Sneijder jogou para dentro da área, no meio do bololô, e acabou que eu e Melo... A vuvuzela: 'uón uón uón'. E acabamos indo na mesma bola. Foi um gol assim, num vocabulário bem sincero, estúpido, né?
Off	PPP do pai emocionado.	E para a família...
Sonora	GC: JENIS ESPÍNDOLA pai	É difícil falar sobre isso.
Sonora	PPP da mãe GC: FÁTIMA ESPÍNDOLA mãe	Ele se abalou muito , muito mesmo.
Sonora	PP do irmão GC: JENIS ESPÍNDOLA JR. Irmão	Vou te falar, é pior que velório. Foi pior que velório.
Off	Imagens em slow fechadas de torcedor com mão no rosto, Kaká com a mão no rosto e Júlio César fazendo um careta.	Dois a um Holanda. E sobre os ombros de Júlio César, o peso.
Sonora	PPP no rosto do jogador com ar triste. Imagem do jogador na Copa da África na hora da entrevista onde ele solta um suspiro emocionado. Julio Cesar chega ao Brasil e entra no carro. Chora muito abraçado à mãe.	Tem dois momentos pós-Copa que ficam na minha memória. Foi logo após a entrevista que eu dei para você e a minha chegada no Rio de Janeiro. E aí, quando entrei no carro, que eu abracei minha mãe, não aguentei.
Sonora	PP do irmão sentado.	A cena dele chorando ao lado da minha mãe foi muito difícil.

Off	Imagens fechadas do jogador chegando ao Brasil, com trilha dramática. Imagens do goleiro em partida da Inter de Milão.	Com o tempo, a situação piorou. O Inter de Milão quis reduzir os salários, e Julio não aceitou.
Sonora	PP do jogador sério mexendo no rosto. E closes dele jogando pela Seleção.	Perdi um pouco o foco , sim, Tino. Vou ser bem sincero. Depois da Copa, eu perdi um pouco o foco. Chegou a pensar em parar, não? (Tino Marcos) É, você pensa, eu pensei.
Off	Imagens fechadas do goleiro em slow motion com uniforme da Inter de Milão.	Foi impedido de treinar com o time pelo qual tinha conquistado todos os títulos possíveis. E nenhuma proposta de transferência chegava.
Passagem	PP repórter que vai em zoom out até mostrar a fachada do clube. GC: TINO MARCOS Londres	Até que um dia o telefone tocou. Prefixo de Londres. Um clube do qual ele mal tinha ouvido falar. O reinício seria aqui. E valeria a pena.
Off	Imagens de fotos animadas com jogador mostrando a camiseta no novo clube e em cenas de jogos. A trilha fica mais leve e para cima. Imagens de Felipão vibrando em jogo da Seleção e defesa do goleiro na sua volta ao time brasileiro. Imagens do goleiro recebendo troféu na Copa das Confederações ao lado dos filhos. E fazendo uma defesa contra o Uruguai.	O Queens Park Rangers chamou, e o sim foi imediato. Voltou a jogar , e aquilo era o bastante para Luiz Felipe Scolari. Já no primeiro jogo da Seleção, sob o comando de Felipão, Júlio César, titular. Na Copa das Confederações, ganhou o prêmio de melhor goleiro da competição. Na semifinal contra o Uruguai, foi decisivo.
Sonora	PP Julio Cesar sentado. Imagens da defesa do goleiro, a trilha acompanha o tom de felicidade. Jogador em slow motion comemorando de braços abertos e sorrindo. A sonora	Aquele pênalti traz tudo de volta. Traz aquela confiança que você quer.

	é intercala pelos sobes sons da narração de Galvão Bueno na hora da defesa do pênalti.	
Off	Imagens do jogador em casa com a filha.	Júlio é pai de Giulia.
Sobe som	Imagens dele com a filha.	Você está fazendo dever de quê, filha? Giulia: Matemática.
Off	Imagens em close do filho e do goleiro com os dois filhos na sala onde acontece a entrevista.	Júlio é pai de Cauet, filho e gozador.
Sonora	Imagens dele com os filhos na sala onde acontece a entrevista.	J. César: Eu falo bem inglês? Cauet: Com acento português, brasileiro.
Off	Imagens do goleiro sendo abraçado e beijado pelo filho e com a menina no colo.	Filho, gozador e fã.
Sonora	Imagens do menino abraçando o pai e fala para a câmera.	Meu pai é irado, mermão.
Sonora	Goleiro pede um beijo para os filhos, que retribuem e todos sorriem.	Vem, junto, ah... isso não tem preço!
Off	Imagens do goleiro com a taça e o jogador deixa o menino beijá-la.	Cauet foi levado pelo pai ao pódio da Copa das Confederações.
Sonora	mostra que socou o peito e levantou as mãos.	Fiz assim , comecei a gritar!
Off	Imagens do goleiro e do filho batendo no peito na	Pai e filho juntos, celebrando a volta por cima, no Maracanã, onde será a final da Copa

	<p>comemoração da Copa das Confederações e aéreas do Maracanã. Imagens de arquivo do goleiro atuando pelo Flamengo. Imagens do Canadá e do clube novo onde jogador aparece treinando.</p>	<p>do Mundo, onde Julio começou a carreira, pelo Flamengo. Sem espaço no Queens Park Rangers, Júlio se transferiu para o Toronto, do Canadá, que disputa a Liga Americana. Para ter ritmo de jogo, manter a forma e aí encarar a chance de reescrever uma história.</p>
Sonora	<p>PP jogador sentado. Imagem dele agitando os braços pedindo para torcida se manifestar.</p>	<p>Acho que seria a última página do livro, digamos assim, para mim. Eu espero fechar o livro com final feliz.</p>
Sonora	<p>PPP do pai.</p>	<p>Se depender do Julio, a gente vai sorrir agora, se Deus quiser.</p>
Sonora	<p>PPP do irmão.</p>	<p>É um sonho bonito, é um sonho lindo. Vai realizar.</p>
Sobe som	<p>Imagens do goleiro vibrando em diversos momentos em partidas. Trilha suave. Encerra com Galvão gritando Julio César!</p>	

Ficha de transcrição da reportagem exibida em 26.05.2014

REP 04	Exibição: 26/05/2014	Tempo: 7'38
Formato	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Cabeça	<p>PG Patrícia Poeta na bancada.</p> <p>PM Tino Marcos vivo na Granja Comari.</p>	<p>Desde o dia da convocação da Seleção Brasileira, o Jornal Nacional tem apresentado, um a um, os jogadores que o técnico Luiz Felipe escolheu para disputar a Copa. São reportagens do Tino Marcos e do repórter cinematográfico Álvaro Sant'anna. Tino hoje é você que vai apresentar pra gente o personagem do dia. Nada mais justo, né?</p> <p>Ok, Patrícia, vamos lá então. Eu aproveito para dar uma informação, a Seleção se reuniu hoje com uma questão importante já resolvida. A premiação em caso de conquista do hexa. Em março, há dois meses, os jogadores se reuniram com o capitão Thiago Silva e ele levou a proposta à comissão técnica e foi tudo acertado lá e a Seleção chega aqui com tudo já resolvido. Esse é um dos papéis do Thiago, fazer essa ligação entre jogadores e comissão técnica. Como a gente vê agora na nossa série de reportagens especiais.</p>
Off	Imagem de perfil de Thiago fazendo o sinal da cruz e do pódio da Copa das Confederações. Trilha sonora épica.	Trinta de junho de 2013: o pódio.
Sonora	PP jogador	Antes de erguer a taça lá em cima , o que passava na minha cabeça era minha infância difícil.
Off	Imagens do pódio da Copa das Confederações.	Ele não estava à frente, nem era um dos mais visíveis. Mas era, em sua plenitude, o capitão da Seleção Brasileira.
Sonora	PM jogador.	E essa imagem marca a minha carreira, principalmente por estar representando meu país, que era um sonho desde criança.

Off	Imagem do jogador em campo pela Seleção em câmera lenta com o dedo apontado para o céu. Sai em fade out.	E pensar que, por pouco, Thiago nem estaria por aqui.
Off	Sonorização ganha tom mais dramático. Imagem do rosto da mãe do jogador e dela caminhando no pátio de casa.	Dona Ângela já era mãe de um casal e mal tinha recursos para criar os dois. Mesmo sofrendo muito, estava decidida a fazer um aborto.
Sonora	PP mãe do jogador. GC: ÂNGELA SILVA Mãe do jogador	Eu cheguei a chorar no colo do meu pai, dizendo pai eu não quero fazer, mas eu também não tenho condição.
Off	Foto em movimento com efeitos de máscara de pós-produção de Thiago quando criança no colo do avô.	E ele a convenceu a ter o bebê.
Sonora	PP mãe do jogador.	Não deixou que eu fizesse , cometesse um pecado.
Off	Foto em movimento de Thiago quando criança e imagens gerais do bairro.	E o caçula veio ao mundo. De Santa Cruz, bairro da Zona Oeste carioca, onde nem toda vizinhança era confiável.
Sonora	PPP jogador e imagens do trem e da favela.	Caso de 50m depois da linha do trem já era uma favela bem conhecida. Sempre tinha tiroteio do outro lado e os policiais vinham pro lado onde eu morava. E quando eu chegava em casa, eu dava graças a Deus de chegar em casa bem.
Off	Imagens do bairro.	Era preciso conviver com aquela realidade, era preciso comer o que havia na mesa.
Sonora	PP do jogador.	Às vezes, chegava em casa não tinha uma carne pra comer, mas tinha sempre um arroz, feijão e ovo.
Off	Imagens de Paris. Sonorização de música francesa.	É, a vida mudou. E não tem sido ingrata.
Sonora	PP do jogador sendo entrevistado em um	Morando em Paris, já morei em Milão, jogando num dos maiores times do mundo,

Off	barco com Rio Sena ao fundo. Imagens de Thiago jogando no PSG, de Paris e dos fãs acenando para Thiago.	vivendo uma fase exuberante na minha carreira. Zagueiro e capitão do PSG, campeão francês. Há dois anos, Paris. Das pontes charmosas, do Rio Sena, de cuja margem fãs acenam para Thiago. Paris e seus encantos: o endereço da família Silva.
Passagem	PM do repórter em um barco no Rio Sena com Thiago e a mulher de fundo. GC: TINO MARCOS Paris	É a cidade mais visitada por turistas, a cidade-luz, do romantismo. A cidade que eles escolheram para viver. Um conto de fadas realizado. E o próximo?
Off	Imagens de Thiago beijando a mulher no barco, do jogador olhando para a Torre Eiffel de dentro do barco. A sonorização ganha um tom mais tranquilo e romântico.	Um beijo em Isabelle, com a catedral de Notre Dame ao fundo. Thiago e a Torre Eiffel, sob um céu azul. E o pensamento toda hora viaja.
Sonora	PP do jogador andando de barco no Rio Sena e vai a fade out.	É difícil de dormir, é difícil de você acordar um dia e passar um dia todo sem pensar. É quase impossível, e eu ultimamente tenho perdido até noite de sono. Não é brincadeira, Copa do Mundo é coisa muito séria.
Off	A sonorização ganha força com trilha que remete a triunfo. Imagens de Thiago Silva em jogos pela Seleção, recebendo prêmio e jogando pelo Milan e PSG.	São 63 convocações e seis anos de Seleção. Viu do banco a derrota em 2010 e se consolidou como um dos maiores zagueiros do mundo, no Milan, e depois no PSG. Que desfecho, hein, dona Ângela?
Sonora	PP mãe do jogador.	Não que a gente imaginasse que ele fosse chegar a tanto, seria sonho demais.
Off	Trilha suave de violão. Imagens de fotos em movimento trabalhadas com máscara na pós-produção.	O menino Thiago foi reprovado nas tentativas de entrar em um grande clube do Rio. E foi parar no Barcelona.
Sobe som	Jogadores do Barcelona do Rio em roda gritando.	Um, dois, três, Barcelona!!!

Off	Imagens fechadas do escudo do clube.	BEC. B-E-C.
Sonora	PM do técnico.	É Barcelona Esporte Clube.
Sonora	PP do jogador.	Joguei no Barcelona do Rio (risos).
Off	Imagens do treino do Barcelona.	Um clube da terceira divisão do Rio.
Sonora	PP jogador.	As pessoas falavam: caraca, nós vamos jogar contra o Barcelona.
Off	Imagens fechadas das costas de jogadores com a camiseta do clube do Rio e de bandeira do Barcelona da Espanha.	O que o Barça do Rio teve, o Barça catalão quer.
Sonora	PP do jogador.	E depois ser cobiçado pelo Barcelona original.
Off	Imagens da torcida e do Barcelona da Espanha. Trilha fica mais pesada e entra fotos em movimento de Thiago mais novo com a mãe, bandeira do Juventude e da Rússia. Começa a se misturar na trilha um som de hospital. Imagem vai a fade out.	Thiago chegou a negociar com o Barcelona antes de fechar com o PSG. Mas, há 14 anos, o menino do Barça carioca conseguiu um lugar no pequeno RS, do Rio Grande do Sul, depois Juventude de Caxias do Sul e aí foi parar no dínamo, da Rússia. E por lá parou mesmo.
Sonora	PP do jogador.	Ali foi a maior batalha da minha vida.
Off	Imagens fechadas nas luzes de um estádio.	Tuberculose.
Sonora	PP do jogador e imagens produzidas de uma grande ampulheta.	Foram seis meses, seis meses internado na Rússia, né?
Sonora	PP da mãe.	Foi a pior parte da vida dele e nossa.
Sonora	PP do jogador.	Engordei 10 quilos naquela minha doença.
Sonora	PP da mãe. Imagens da	O dia dele dentro daquele quarto era deprimente.

Sonora	<p>ampulheta gigante.</p> <p>Seguem as imagens fechadas da ampulheta e vem para o jogador em PP.</p>	<p>Tinha aquele ponto de interrogação, se propriamente eu poderia voltar a jogar futebol profissional ou só amador ou de repente nem amador.</p>
Off	<p>Entra uma trilha forte e acelerada. Imagens do jogador fazendo gols pelo Fluminense e pelo Milan. Em uma sala votando em uma urna e dando entrevista pra jornalistas em campo.</p>	<p>Voltou. E justo depois da doença, a carreira decolou no Fluminense: 143 jogos até ser vendido para o Milan e conquistar a Europa. Na Seleção, Thiago é o principal representante dos jogadores na relação com Felipão e a CBF.</p>
Sonora	<p>PP do jogador e depois imagens de Felipão e Parreira no banco da Seleção. Entra uma trilha sonora suave.</p>	<p>A gente tem essa abertura para falar com eles. Nem sempre a comissão técnica é de acordo com aquilo que a gente pensa e nem sempre a gente é de acordo com aquilo que a comissão técnica pensa.</p>
Off	<p>Imagens de Thiago com os filhos.</p>	<p>O líder.</p>
Sobe som	<p>Imagem fechada em Thiago .</p>	<p>Iago, seu quarto!</p>
Sonora	<p>Imagens de Thiago e dos filhos e vem em PP para a mãe do jogador.</p>	<p>Ele dá só aquele grito e as crianças já se comportam um pouquinho mais (risos).</p>
Sobe som	<p>Jogador sinaliza com o dedo para o filho sair. Depois você volta. Tchau.</p>	<p>Izago! (assovio)</p>
Off	<p>Imagens de Thiago caminhando em contra-plongée com torre Eiffel ao fundo e erguendo os braços como se estivesse erguendo a torre como troféu. Imagens dos capitães brasileiros erguendo a taça de campeão mundial.</p>	<p>O capitão e sua , milhares de vezes, imaginada missão. Aquela, de Bellini, Mauro, Carlos Alberto, Dunga e Cafu.</p>
Sonora	<p>PP do jogador e imagens dele com a taça da Copa das Confederações em câmera lenta, dele comemorando em</p>	<p>Eu não consigo mencionar o que eu faria naquele momento. Não sei, sinceramente eu não sei, mas que vai ser bom, isso vai. A melhor coisa de todas as nossas vidas: ganhar</p>

	campo com os companheiros e erguendo a taça e pulando junto aos jogadores. A sonorização fica mais alta remetendo a um tom triunfal.	um mundial dentro de casa.
--	--	----------------------------

Ficha de transcrição da reportagem exibida em 30.05.2014

REP 05	Exibição: 30/05/2014	Tempo: 7'19
Formato	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Cabeça	PG Patrícia Poeta Bonner e Patrícia Poeta na bancada	O centroavante da Seleção Brasileira foi obrigado a se acostumar, nos últimos oito anos, à marcação firme de uma menina . É o Tino Marcos quem conta nesta reportagem especial feita em parceria com o repórter cinematográfico Álvaro Sant'Anna.
Off	Imagens da filha de Fred e dela com as mão no rosto. Trilha sonora tranquila.	Não tem nem duas mãos cheias.
Sonora	PP da filha de Fred sentada em uma cadeira.	Oito!
Off	Imagens da menina mexendo no celular , de Fred e fotos dos dois no celular dela.	Oito anos. E cheia de autoridade: papai Fred é propriedade dela .
Sonora	PP da filha.	Eu tenho ciúmes quando tem um tantão de menina que fica beijando o rosto dele.
Off	Imagens de meninas gritando.	Ah, essas fãs...
Sonora	PP Fred.	Posso te abraçar? Ela faz cara feia .
Off	Imagens da filha cruzando os braços , de Fred jogando. A sonorização fica mais agitada.	É, Geovana, muita gente admira a vocação do toque preciso do papai. Fez fama de artilheiro e de conquistador. De títulos . Não só de títulos.
Sonora	PP do jogador. Entra o	Nunca fui galã, bonitão, paquerador, sempre fui

Pergunta	instrumental da música Mineirinho do Só pra Contrariar.	tranquilinho, mineiro.
Sonora	Jogador ri.	Nunca foi paquerador?
Off	PP do jogador.	Não, sempre fui mineiro, tranquilo!(risos)
Sonora	Imagens fechadas do jogador rindo.	Mineiro, ninguém discute.
Off	PP do jogador.	Ô moço, uai, sô.
Sonora	Imagem do rosto do jogador sorrindo.	De onde?
Sobe som	PP do jogador. Imagens da cidade.	Teófilo Otoni. As minhas raízes estão todas ali em Teófilo Otoni.
Sonora	Trilha com fundo de banjo. PP do jogador.	Imagens da cidade.
Off	Imagens da praça da cidade.	Tchó, tchó. (risos)
Sonora	PP pai do jogador. GC: JUAREZ GUEDES pai	Tudo começou num sábado à noite.
Off	Imagens em contra-plongée de silhueta de casal se beijando.	Foi quando, numa praça lá chamada Duque de Caxias, eu vi uma princesa lá em pé. Cabelo tocando os ventos e tal, aquela coisa maravilhosa, fui lá, bati um papo, me ajeitei.
Sonora	PP do jogador.	Quem era?
Off	Fotos em movimento trabalhadas na pós-produção com máscara. Nelas aparecem Fred, os pais e irmãos. Sonorização suave.	Ah, minha mãe.
Sonora	PP do pai.	Juarez e Giselda tiveram três filhos.
Off	Foto em movimento da mãe de Fred e dos filhos trabalhada com máscara na pós-produção.	Fred era o caçulinha..
		Um infarto mudou a história da família.

Sonora	PP do pai do jogador.	Morreu nova.
Sonora	PP do jogador. Sai em fade out.	Eu tinha sete anos de idade e... depois que minha mãe faleceu...é....
Off	Fotos animadas na pós-produção com máscara de Fred com a mãe e sozinho.	O caçula de Juarez começaria a tentar , no interior de Minas e de São Paulo, se firmar no futebol. Viveu em casas de amigos do pai. E as notícias não eram as melhores.
Sonora	PP do jogador.	Foi bem difícil porque eu tive vários problemas de indisciplina.
Off	Imagens de Fred com fones de ouvido verdes indo para uma partida. Sonorização ganha mais intensidade.	Nem ele acreditava muito no sucesso.
Sonora	PP do jogador e imagens dele fechadas em câmera lenta jogando pela Seleção. Sai em fade out.	Diferenciado, muito bom de bola, nunca vi isso em mim assim. Eu fui mandado embora do América de São José do Rio Preto.
Off	Imagens da fachada do América mineiro e de Fred subindo a escadaria do clube quando mais novo. Essas imagem usam máscara colocada na pós-produção.	E acabou sendo aceito na base do América-MG. Mas não jogava, não se firmava.
Sonora	PP do pai do jogador.	Ele era o terceiro reserva.
Off	Imagens fechadas de pernas do treino no América mineiro.	Mas acabou sendo escalado na estreia da esperada Taça Cidade de São Paulo.
Passagem	PG do repórter. GC:TINO MARCOS Belo Horizonte	No primeiro jogo, expulso ainda no primeiro tempo. No segundo, suspenso. E no terceiro, o time foi goleado e eliminado da competição. Fracasso. Para o América Futebol Clube. Porque o capítulo Fred nessa Taça São Paulo é uma outra história.
Off	Imagens do jogo com uso de máscara aplicada na pós-	Na saída de bola do último jogo, contra o Vila Nova, falou entre dentes ao companheiro:

	produção, Trilha de violão acelerada.	
Sonora	PP do jogador.	Rola a bola que eu vou chutar, o goleiro está adiantado. Ele falou: Rolar a bola? É, rola ali ó.
Off	Imagens do gol com efeitos de pós-produção e do jogador fazendo alongamento.	Três segundos e 17 centésimos. Até hoje, o gol mais rápido do futebol brasileiro. Na época, o mais rápido do mundo. Mas ele não sabia, até chegar de volta ao clube.
Sonora	PP do superintendente do clube.	Eu lembro que estava tendo um treino do profissional e o Fred chegou no CT, os jornalistas que estavam cobrindo o treino do profissional todos foram atrás do Fred.
Sonora	PP do jogador	Tem mais de 30 jornalistas do mundo inteiro querendo falar com você. Comigo?. Falei: o que q eu fiz? O que eu aprontei? Ele falou: Você fez o gol mais rápido do mundo.
Off	Imagens com uso de máscara da pós-produção de Fred treinando e marcando gols.	Estava na lista de dispensas do time júnior. E acabou integrado ao time de cima.
Sonora	PP do jogador.	Eu fui reapresentar no profissional só por causa da imprensa.
Off	Imagens de gols de Fred pelo América e pelo Cruzeiro. Trilha mais suave.	Na sequência, foi por causa dele. Destacou-se no América e foi ser atacante do time de coração.
Sonora	PP do jogador.	O Cruzeiro foi a minha vitrine pro Brasil.
Off	Imagens do jogador em campo pelo Lyon, fechadas no rosto dele e da tatuagem no braço.	Em um ano, já estava no Lyon. Foi três vezes campeão francês. Mas nada se compara àquela data que nem precisaria ser tatuada para ser lembrada:
Sonora	PP do jogador.	8 do três de 2006.
Off	Imagens da partida e de foto dele com a filha ainda bebê em movimento com efeitos de pós-produção. Gol de Fred e sobe som do narrador francês.	Horas antes de um jogo da Liga dos Campeões da Europa, contra o PSV da Holanda, Fred acompanhava o nascimento da filha. Chegou ao estádio a tempo de entrar no segundo tempo. Não era um dia qualquer.

Sonora	PP do jogador.	Eu fiz o gol mais bonito da minha carreira.
Off	Imagens em câmera lenta do gol e do jogador comemorando com um bico na boca. Trilha sonora mais alta. Imagens de Fred comemorando gol com a camiseta da Seleção.	A peça mais artística de sua coleção de gols. Intensidade assim só na Alemanha.
Sonora	PP do jogador.	Se você pegar a imagem de 2006, eu saí desesperado. Tem coisa melhor do que aquilo?
Off	Imagens da partida e do gol de Fred.	Era reserva, entrou no jogo no fim contra a Austrália e escreveu o nome na copa de 2006.
Sobe som	Gol de Fred e comemoração com os jogadores. Narração de Galvão Bueno.	
Sonora	PP do jogador.	No abraço que eu dei no Cafu quase machuquei o Cafu porque eu dei um abraço tão forte.
Off	Imagens da partida Brasil e Espanha.	Em 2013, decisivo.
Sonora	PP do jogador e imagens do gol. Trilha em alta.	Na Copa das Confederações o gol que eu fiz deitado eu saí sem rumo.
Sobe som	Imagens do gol com a narração de Galvão Bueno.	
Off	Imagens dos gols na Copa das Confederações. Imagens com efeitos de pós-produção dos gols pelo fluminense.	Artilheiro da Copa das Confederações . Há seis temporadas centroavante do Fluminense. Conquistou dois títulos brasileiros.
Sonora	PP do jogador.	Foi o clube que mais me fez crescer.
Sobe som	Narração dos gols de Fred pelo Fluminense.	
Sonora	PP do jogador.	É o clube que eu cheguei no auge da minha maturidade profissional.

Sobe som	Torcida do Fluminense gritando o nome do jogador	
Off		Agora a camisa muda de cor: amarela, com o mesmo número.
Sonora	PP da filha do jogador.	Nove!
Off	Imagens de Fred e de um menino batendo palmas.	Que venham os jogos da Copa.
Sonora	PP da filha do jogador e imagens de Fred em campo.	Eu vou assistir todinhos! Ele não me prometeu nenhum gol só que eu vou pedir pra ele!
Off	Imagens do gol que Fred fez quando a filha nasceu.	E caprichado, hein? Que nem aquele quando ela estava na maternidade.
Off	Imagens de gol de Fred pela Seleção com trilha épica em alta.	Giovana, é tipo um beijo. Pra você com cópia pra 200 milhões de brasileiros.
Sonora	PP da filha do jogador.	Te amo!
Sonora	PP do jogador e imagens dele fazendo gols pela Seleção. Encerra com uma imagem com efeitos de pós-produção em câmera lenta do jogador com os dedos apontados para o céu.	Tô muito preparado pra fazer os gols e colocar meu povo inteiro pra comemorar.

Ficha de transcrição da reportagem exibida em 02.06.2014

REP 06	Exibição: 02/06/2014	Tempo: 9'56
Formato	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Cabeça	PM Patrícia Poeta	Durante as últimas semanas, o Jornal Nacional mostrou uma série especial feita pelo Tino Marcos e pelo Álvaro Sant'Anna sobre as histórias de vida dos jogadores da nossa Seleção. Para mergulhar mesmo na história de cada um deles, o Tino tava me contando, Galvão, que foram dez meses de entrevistas, pesquisas e viagens a 35 cidades do Brasil e do mundo todo.
	PM Galvão Bueno	Olha, Patrícia, esse é o Tino Marcos. Ele não economiza talento e nem trabalho. E olha que eu o conheço muito bem. Nesta Copa nós estamos completando juntos 25 anos trazendo as notícias e as emoções da Seleção Brasileira. E hoje o Tino encerra essa série com o personagem que tem tudo para brilhar no Mundial : Neymar Jr., o filho do seu Neymar.
	PM Patrícia Poeta vivo no hotel da Seleção	Vamos ver!
Off	Imagens de fotos de Neymar quando criança com efeitos de máscara e movimento.	Precoce.
Sobe som	Imagens de Neymar jogando futebol de salão quando criança acompanhadas de uma música suave. Narração de Galvão Bueno ao fundo.	
Sonora	PM do pai sentado.	Ele começou a ganhar dinheiro muito cedo .
Sobe som	Imagens de Neymar adolescente assinando contrato com o Santos. Mesma trilha anterior.	

Sonora	PM do pai sentado Cobre uma parte do fim da fala com imagem em slow de Neymar comemorado gol pelo Santos ainda adolescente.	Seu primeiro milhão veio com 13 anos.
Off	Imagens de Neymar em quadro parado e efeitos de pós-produção mostram seus estilos de cabelo	Mutante.
Sonora	Boa parte coberta com o mesmo estilo de imagens e vem para PP jogador sentado. Sonorização com música acelerada de violino.	Se tiver vontade de ficar louro, eu pinto de louro. O cabelo, cada mês ele vai mudando (risos).
Off	PD do olhar de Neymar	Sobrevivente.
Sonora	Do jogador toda coberta por imagens. Mostra uma simulação do acidente. Volta pra PD do olhar do jogador. Sonorização em clima de tensão com som de sirene ao fundo.	Um acidente que quase arrancou nossa família do mundo. Nascemos de novo ali.
Sobe som	Curto com apenas 2 imagens do rosto do jogador.	
Off	Imagens do jogador com camiseta do Barcelona passando a mão no rosto.	Desiludido.
Sonora	PM jogador sentado. Música em tom mais triste.	Cheguei ao ponto de você falar assim: 'Para que eu quero isso aí? Não quero mais jogar futebol.
Sobe som	Curto com imagens em câmera lenta das pernas do jogador e dele fazendo gols.	
Off	Música começa a ficar mais pra cima com narração de Galvão Bueno ao fundo.	Quantas facetas, hein, Neymar? Poderia enumerar algumas outras?

Sonora	PP do jogador sentado. Entram imagens do jogador em campo com a camiseta da Seleção, com uma criança. Música em tom acelerado.	Extrovertido, alegre, feliz, amigo, gente boa.
Off	Imagens do jogador com a camiseta do Barcelona driblando em campo.	É o que a bola deve achar dele também.
Sonora	PP do jogador e entra imagens dele com camiseta do Barcelona passando a mão e beijando a bola.	Cheguei a ter 50 bolas dentro de casa, pequenininho, sempre onde eu ia ficava com a bola, levava ela, sempre estava junto.
Off	Fotos em movimento de Neymar quando criança com efeitos de pós-produção. Imagens de Neymar menino jogando futsal e dando uma entrevista. Música em tom mais calmo e que remete à infância.	Andou cedo. Mestre cuca. Cavaleiro. DJ. Mas tudo começava em bola e terminava em troféu. O menino era ‘celebridadezinha’ no bairro.
Sonora	PP de amigo do jogador com bairro ao fundo e crianças jogando atrás dele. Segue música mais suave.	Já se destacava já no futsal, aparecia na TV direto.
Off	Imagens do repórter caminhando na rua com o entrevistado e meninos jogando descalços em volta. Imagens fechadas de pés e da bola.	Jonathan. Foi um dos melhores amigos de Neymar na infância. Queriam o mesmo destino.
Sonora	PP do amigo com bairro ao fundo.	Quis ser, mas falta de oportunidade, né? Tentei em vários clubes aí, mas hoje eu trabalho na distribuidora de tintas. Sou ajudante lá.
Off	Imagens do repórter e do entrevistado caminhando na rua com crianças jogando bola à frente deles. Imagens mais fechadas de crianças do bairro jogando bola.	Jonathan segue morando no mesmo lugar. Nós estamos na rua? Na Rua B. Onde a brincadeira é a mesma.

Sonora	PP jogador e depois coberta com imagens das crianças do bairro jogando. Segue mesma sonorização suave.	Tinha um pouco de morro assim e o jogo rolava ali, né. A gente não estava nem aí. Todo mundo queria jogar futebol. E a bola nunca ficava parada, né, porque se estava numa subida. Ela só descia.
Passagem	PG das casas e vem para o repórter que está com a bola na mão e a solta na rua para ela rolar ladeira abaixo. GC: Tino Marcos Praia Grande, SP	Era exatamente aqui, Jardim Glória, bairro de casas modestas, em Praia Grande, litoral de São Paulo. Nesta casa Neymar viveu dos 7 aos 12 anos e, como ele disse, aqui em frente a bola só descia para o ataque. O menino que teria a maior ascensão do futebol brasileiro nos últimos anos só atacava para baixo.
Sonora	PP jogador que ao final vai ficando sem cor e em câmera lenta.	E eu só jogava quando estava em cima, porque a bola só desce, então vamos atacar para lá.
Off	Vai saindo da imagem da sonora de Neymar e vem para uma reconstituição de acidente. Música vai ganhando tom dramático.	Antes da Rua B, em outras distantes ladeiras, quando Neymar era bebê de colo, o inesperado aconteceu.
Sonora	PP pai rápida e seguem imagens reconstituição.	Ia descer para Santos, morava em Mogi, um carro desgovernado nos atinge.
Sonora	PM jogador	O que eu fiquei sabendo é que eu fui parar embaixo do banco , né?.
Sonora	PP pai e entram imagens da reconstituição.	Você só consegue ver os gritos, as coisas acontecer, e o Neymar é retirado do carro ensanguentado. O sangue de um bebê de quatro meses, molhado , você fala: Já era, né?
Off	Imagens da reconstituição de um bebê sendo carregado por um bombeiro e imagens de fotos de Neymar quando criança em pós-produção e imagens dele jogando futsal. A sonorização começa a ficar mais pra cima.	Já sabemos que a história não terminaria ali. Era muito sangue e nenhuma gravidade.Neymar seria o menino das 50 bolas, o pequeno fenômeno do futsal. E quem era o técnico?
Sonora	voz em off do técnico	Ao meu primeiro treinador, um abraço com muito carinho, do seu atleta Neymar, 100%

		Jesus Cristo.
Off	Imagens de Betinho segurando em cabides uma camiseta de Robinho e outra de Neymar. E fotos animadas do treinador com Robinho e Neymar.	Betinho já havia garimpado ouro: era o descobridor de Robinho. E calhou de cair um Neymar em suas mãos.
Sonora	PPP do técnico	Tudo que o Robinho teve, ele teve em dobro.
Off	Imagens de Neymar criança jogando futsal, imagem fechada do rosto de Zito. Música suave ao fundo.	A fama do menino prodígio chegou aos ouvidos desse senhor.
Sonora	PP de Zito e imagens de Neymar jogando futsal quando criança com efeitos de máscara da pós-produção.	Aí nós fomos ver o Neymar jogar, né. Aí, encheu os olhos, encheu os olhos.
Off	Imagens de arquivo em preto e branco de Zito. Repórter e entrevistado caminhando em campo de futebol e imagens de Neymar quando criança.	Zito, volante bicampeão do mundo pela Seleção, era supervisor das divisões de base do Santos. O problema era que Neymar tinha só 11 anos e o Santos não tinha uma categoria para essa idade no futebol de campo. E agora? Simples.
Sonora	PPP treinador GC: BETINHO descobridor do Neymar	Foi criado no Santos uma categoria , porque não existia essa categoria pro Neymar jogar.
Pergunta	repórter em off com imagens de Zito.	Criou-se uma categoria para que ele pudesse jogar?
Sonora	PP Zito GC: ZITO campeão mundial pelo Santos. Imagens do Neymar dominando a bola quando criança	Criamos. Criamos por causa da idade dele. Era muito novo, né?
Off	Imagens de Neymar driblando, fazendo gols, comemorando títulos.	Foram dez anos no clube. Aos 17 anos, iniciou uma era no time profissional: tricampeão paulista, Copa do Brasil,

	Música mais acelerada igual ao começo. Sobe som de narração com gol dele pelo Santos.	Libertadores, 230 jogos, 138 gols. Tudo maravilhoso. E foi mesmo. Mas...
Pergunta	Repórter em off com imagem de Neymar mexendo no rosto. Sonorização fica em tom tenso.	O futebol já te disse não alguma vez?
Sonora	PP jogador	Já.
Off	Imagens da sonora do jogador e vai a fade out.	Foi um trauma.
Sonora	PP pai	Aquele momento para gente, para nossa família foi muito difícil e a gente tinha que superar isso, né?
Sonora	PP jogador	Minha carreira poderia muito bem ter ido para baixo, por tudo que estavam falando, por tudo que aconteceu naquele dia.
Off	Imagens do jogador em campo pelo Santos com pós-produção. Sonorização ganha um clima mais triste.	15 de setembro de 2010.
Sonora	PP jogador	Foi uma das piores noites da minha vida.
Off	Imagens de Neymar em campo discutindo.	Num jogo contra o Atlético goianiense, pelo Campeonato Brasileiro, Neymar e o técnico Dorival Júnior discutiram. E Neymar xingou o treinador. Quando chegou em casa, o ar seguia pesado.
Sonora	PP jogador e algumas imagens dele discutindo com o técnico. Depois volta pra ele.	Minha mãe chorando, meu pai na época estava doente, estava de cama. Minha mãe chegou e falou assim: Esse não foi o filho que eu criei! E aquilo ali me desmontou inteiro. Todo mundo ligava para ficar me xingando, meu rádio não parava a noite inteira, tive que desligar para dormir.

Off	Seguem as imagens da partida com efeitos de pós-produção.	Os dias seguintes foram do mesmo jeito.
Sonora	PM jogador. Seguem as imagens da partida e da discussão, PD dos olhos do jogador.	Eu não podia sair de casa. Se eu saísse de casa, todo mundo falava: ‘Olha ele aí, pensa que é o dono do mundo’. Sabia que tinha feito coisa errada. Já tinha me desculpado com Dorival, com todo o elenco do Santos, cheguei ao ponto de você falar assim: Pô, pra que eu quero isso aí? Não quero mais jogar futebol.
Off	Imagens de Dorival no jogo, Neymar no Santos. Sonorização ganha um tom pra cima. Imagens torcida do Barcelona e jogador sendo apresentado no estádio. Fotos do jogador em Barcelona.	Dorival foi demitido do Santos. Neymar sairia quase três anos depois. Transferência milionária e confusa , de números desencontrados entre as partes envolvidas. Neymar, jogador do Barcelona.
Sobe som	Clip com imagens do jogador em campo pelo Barcelona.	
Off	Imagens do jogador em campo pelo Barcelona.	Chegou com status de estrela mundial pelo que fez no Santos e pelo que acabava de fazer pela Seleção.
Sobe som	Clip com imagens do jogador pelo Barcelona e da torcida.	
Off	Imagens do jogador discutindo em campo pelo Santos e no vestiário da Seleção. Sonorização ganha tom mais neutro.	Mas um ano atrás, Neymar vivia fase irregular no Santos e a nova seleção de Scolari era uma dúvida.
Sonora	PM jogador. Imagens do jogador pela Seleção.	Eu estava num momento de desconfiança total de todo mundo. E todo mundo: Será que vai? Será que não vai? Será que dessa vez vai jogar? Será que não vai?

Sonora	PP pai.	O Neymar estava indo para um desafio muito grande na vida dele. Era herói ou era vilão na Copa das Confederações.
Off	Imagens de Neymar subindo a escadaria em direção ao campo de costas com a camisa 10 da Seleção e depois em campo.	O então camisa 11 se impôs um desafio extra: vestir a 10 . Felipão queria distribuir os números de camisa.
Sonora	PP jogador . Depois cobre com imagem em câmera lenta do jogador de costas comemorando com a camiseta da Seleção.	Ele falou assim: Qual que ‘tu’ quer?’ Falei: ‘Dez, vamos mudar’. Foi 10 . Ele: ‘Então está bom’. Meu pai me ligou e falou assim: Você é doido!
Sonora	PP pai. Mais imagens de Neymar jogando pela Seleção.	Ele já tinha tanta responsabilidade, a expectativa já era tão grande para ele e ele pediu a 10 . Falei: Ele não gosta de viver em paz, não gosta. Mas caiu bem, né?
Off	Imagens de Neymar fazendo gols pela Seleção e levantando a taça. A sonorização segue em tom de alta.	Foi o melhor jogador da competição. Um encaixe perfeito de Neymar com o time. E deles com a torcida: Brasil campeão. O maior protagonista do Brasil, a maior esperança da torcida.
Sonora	PP Zito	O Brasil precisa dele.
Off	Imagens de Neymar jogando pelo Barcelona e se abraçando em Messi.	E quer saber o que seu Zito acha dele?
Sonora	PP Zito	Para mim, ele é o melhor jogador da América hoje, hoje. Melhor que o Messi.
Off	Imagens de Neymar vibrando na Copa das Confederações com os demais jogadores da Seleção.	E ele tem só 22 anos. Essa história continua em nobres capítulos: a Copa do Mundo. Do Brasil. De Neymar.
Sobe som	Imagens de Neymar marcando gol com narração de Galvão Bueno. Encerra com imagem em câmera lenta do jogador correndo de costas com a camisa 10.	

Ficha de transcrição da reportagem exibida em 26.06.2014

REP 07	Data exibição: 26/06/2014	Tempo: 2'44"
Formato	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Cabeça	<p>PM Patrícia Poeta</p> <p>Os apresentadores estão no estádio.</p> <p>PM Galvão Bueno</p>	<p>Olha, o atacante Fred comentou, hoje, o desempenho dele nos primeiros três jogos da Copa. Digamos, Galvão Bueno, que vida de centroavante não é fácil, né?</p> <p>Nem um pouco, Patrícia. É sempre o mais marcado, a cobrança é grande e, às vezes, dá até a impressão de que nem está no jogo. Mas quando vem o gol, bom, eu costumo dizer, que o centroavante se alimenta de gols.</p>
Off	<p>Imagens de Fred no treino sorrindo. E dele nos jogos com cara feia, reclamando os companheiros.</p> <p>Imagens de Fred sendo marcado no jogo contra a Croácia. Atacante sendo agarrado pelo braços por um jogador de Camarões. Fred sofrendo falta por trás quando ia dar a cabeçada.</p> <p>Imagem de Fred com as mão na cintura de costas na área da Croácia. Fred cavando o pênalti que não existiu a favor do Brasil.</p>	<p>No treino ele é alegre, brincalhão, reflete um pouco a liderança que tem. Mas nos jogos parece outra pessoa, aflito, ansioso, tenso. Reclama dos companheiros. Porque muitas vezes nesses três primeiros jogos nosso camisa nove andou desamparado, quase que escoltado por adversários. E ainda tem aquela jogada ingloria, aquele agarra-agarra, aquela de ter que ganhar na cabeça sabendo que o que vem pela frente na verdade vem por trás. Porque a bordoadá é certa. E não tem trégua. Às vezes Fred fica parado, meditando, o que fazer? Ele pode ser útil mesmo quando a bola não chega, como fez na estreia ao arrumar um pênalti para a Seleção. Nessa disputa incessante por espaço, ele tem</p>

<p>Passagem</p>	<p>Jogador na dividida de bola e quase marcando um gol de cabeça deitado contra Camarões. Close em Fred deitado.</p> <p>PM repórter GC: MARCOS UCHÔA Teresópolis, RJ</p> <p>repórter com uma piscina ao fundo.</p> <p>Imagens de Fred no jogo contra a Croácia e contra o México. Um relógio colocado no canto superior reforça os tempos.</p>	<p>que funcionar até caído. Foi assim que quase marcou um improvável gol de cabeça. No passado se dizia que um craque era um cobra, mas na horizontal isso parece até um outro esporte.</p> <p>Piscineiro é como são chamados na Espanha os jogadores que se jogam, mergulham para cavar uma falta ou um pênalti. Mas no caso de Fred a ligação entre natação e futebol é outra. É que para cada nadador um segundo faz uma enorme diferença. Para Fred também. Fred ficou com a bola 12 segundos contra a Croácia. Contra o México foram apenas dez, ele foi substituído.</p>
<p>Sonora</p>	<p>PP jogador GC: FRED atacante</p>	<p>Meu último jogo foi muito melhor pra mim que eu consegui chutar mais, que eu consegui fazer gol, tive chances. Isso aí foi bem legal.</p>
<p>Off</p>	<p>Imagens de Fred contra Camarões e o relógio no canro superior marcando os 13 segundos. Fred no jogo contra a Croácia vai para o ataque mas se enrola com a bola. No fim do jogo coloca a bola debaixo do braço.</p> <p>Imagem aérea do gol de Fred contra Camarões e vibrando em câmera lenta sendo cumprimentado por Neymar.</p>	<p>É, de fato, Fred recebeu mais a bola contra Camarões. Foram 13 segundos. Contra a Croácia, Fred recebeu a bola e avançou com ela, algo tão inusitado e ele está tão desacostumado, que até se enrolou. Não é à toa que no fim de um jogo botou a bola debaixo do braço. Era a chance de estar com ela. O único gol dele nesta Copa ilustra bem essa busca por uma chance, essa procura pelo posicionamento exato, pelo primeiro momento perfeito dele na Copa, um instante que compensa tudo. Fred recebeu o</p>

Sonora	PP do jogador na coletiva. Encerra com imagem em de Fred vibrando depois do gol contra Camarões.	abraço de Neymar e a compreensão, até compaixão, pelo sufoco que é a vida de um centroavante. Mas o final dessa história, eu já sei qual é. Eu sei que vai dar tudo certo e eu não tenho dúvida disso.
--------	---	---

Ficha de transcrição da reportagem exibida em 30.06.2014

REP 07	Exibição: 30/06/2014	Tempo: 3'18"
Formato	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Cabeça	PM Patrícia Poeta PM Galvão Bueno Ambos em externa na Granja Comary	Nas entrevistas que deu, Felipão sempre destacou a importância de jogar em casa, de ter milhares de pessoas vestindo verde e amarelo e torcendo a favor do Brasil. Por outro lado, ele já dizia que a pressão seria maior, por causa da responsabilidade. Galvão dá pra gente dizer que existe aí um medo de frustrar tanta gente em casa como aconteceu em 1950 no Maracanã, da euforia à frustração? É, tem a história de 50, tem a história de cada um deles, tem Olimpíada, tem Copa passada. E nós vimos isso no último jogo, sim, são momentos quase, em alguns momentos quase desespero, às vezes de descontrole emocional, de nervos à flor da pele. Tá faltando a nossa Seleção um pouco de calma nessa hora. Então vamos ver na reportagem de Tino Marcos.
Off	Imagens de Felipão e dos jogadores rindo durante o treino. Imagens dos jogadores brasileiros em campo chorando em diversas situações, Ronaldo no estúdio do programa Central da Copa entrevistando Julio César.	A sensação da sobrevivência conforta, alivia, fortalece. Já foram muitas lágrimas brasileiras no caldeirão de emoções desta Copa desde a estreia. Antes do hino, depois do hino. Antes dos pênaltis, depois dos pênaltis. É tanta emoção que às vezes preocupa. Em conversa com Ronaldo, no Central da Copa, Julio César falou sobre o tema.

Pergunta		Você chorando, Thiago Silva chorando, não tava passando confiança, né?
Sonora	PM Julio César sentado com imagens dele chorando antes das cobranças de pênaltis contra o Chile.	Realmente eu pensei: Pô, se a câmera tiver me pegando, acho que a torcida brasileira vai falar: Pô, nosso goleiro está chorando antes de começar a cobrança de pênalti.
Passagem	PM do repórter GC:TINO MARCOS Terresópolis, RJ	Eles jogam pela seleção anfitriã. É uma grande responsabilidade. Defendem o país que mais venceu copas do mundo. É um peso. Ouviram do técnico que só o título interessa. Vontade eles têm muita. Mas será que ela transborda? E até que ponto pode afetar o equilíbrio emocional do time?
Sonora	GC: MAURÍCIO MARQUES psicólogo do esporte	Pode atrapalhar como pode ajudar. Cada jogador reage de uma forma, a partir das suas histórias, das suas experiências, né?
Off	Thiago Silva aquecendo em campo e rezando olhando para o céu. Imagens do jogador de costas em campo e comemorando sozinho. Jogador sentado sobre a bola durante cobranças de pênalti e ajoelhado com a cabeça no gramado.	Há quatro meses, o capitão Thiago Silva já se queixava de insônia pensando na Copa. Tem se emocionado em campo. Nas comemorações de gol, não se vê Thiago Silva, sempre preocupado com a recomposição do time na saída de bola. Pediu para não cobrar pênalti e nem viu as cobranças.
Sonora	PP do jogador GC: THIAGO SILVA zagueiro	Aquele momento meu, sozinho, é muito importante pra mim. Eu reflito sobre tudo aquilo que eu passei para chegar até aqui.
Off	Imagens do jogador se lamentando em campo.	Cobrança, ele faz muito, de si mesmo.
Sonora	PP do jogador na coletiva.	No primeiro jogo, não parecia que eu era o Thiago Silva. Eu me perguntava: pô você desaprendeu a jogar futebol. Tá nervoso porquê? Mas é inevitável. Coisa que acontece sem a gente querer.
Off	Imagens dos jogadores	Diante dos torcedores do estádio e de milhões

Sonora	correndo e comemorando no campo, da torcida vibrando, Luiz Gustavo ajoelhado com as mão nos rosto, mãos dos jogadores comemorando.	de espectadores pelo Brasil, a Seleção sofreu e extravasou. A Seleção teve um desgaste emocional tão grande, que nem festa houve no vestiário da vitória.
Off	GC: PAULINHO meio-campo	Ficou a maioria. A maior parte aí em silêncio, porque foi um jogo sofrido.
Off	Imagens do psicólogo, do jogador Thiago Silva.	Segundo Maurício Marques, especialista em psicologia do esporte, há como tirar proveito dessa experiência.
Sonora	PPP plano do psicólogo	Acabou sendo uma prova que eles passaram. E quando passa tu ganha mais confiança ainda.
Off	Imagens de Neymar, Julio César e David Luiz chorando em campo.	E vamos combinar: somos latinos, sensíveis mesmo. E chorar...
Sonora	PPP do psicólogo e PPP de Julio César e David Luiz se abraçando.	Não é uma fraqueza. É humano.

Ficha de transcrição da reportagem exibida em 02.07.2014

REP 08	Exibição: 02/07/2014	Tempo: 2'43"
Formato	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Cabeça	PM Patrícia Poeta PM Galvão Bueno Ambos em externa ao vivo do hotel da Seleção em Fortaleza.	E a boa notícia é que Neymar treinou, hoje, normalmente. É, Patrícia, e o Neymar não é apenas o nosso melhor jogador, o craque da Seleção. A maioria dos torcedores aposta nele e hoje nós vimos um Neymar extremamente confiante como mostra o repórter Tino Marcos.

Off	Jogador deitado na grama durante o treino e mexendo no cabelo.	Deitado sobre a grama. Deitado de braços sobre a grama e com uma preocupação: será que desmanchou o penteado? Torcida brasileira, alegre-se: tudo bem com Neymar.
Passagem	Imagem sai em zoom out de Neymar no treino e vem para o repórter em PP. GC:TINO MARCOS Teresópolis, RJ	Ninguém, como ele, disputou 53 jogos nos últimos quatro anos pela Seleção. Neymar é o único jogador com participação nos 26 jogos sob comando de Felipão. Não ficaria de fora do jogo mais importante da carreira até agora.
Off	Imagens de Neymar driblando e chutando a gol no treino. Imagens de Neymar mancando ao descer do ônibus da Seleção e com aparelhos na perna. Neymar contra o Chile sofrendo faltas e mancando em campo. Neymar cobrando pênalti contra o Chile.	Hoje, o pé direito voltou a balançar na frente da marcação. Diante de Victor, perdeu. Diante de Jefferson, também. Não foi um treino exuberante do principal jogador brasileiro, mas há o que festejar. Nos últimos dias, Neymar mancava, portava aparelhos de recuperação na perna. Contra o Chile, aos cinco, já levou a primeira pancada. Aos 29, outra, na coxa. E ele seguiu no sacrifício. Foram 120 minutos e uma decisão por pênaltis.
Sonora	PP do jogador na coletiva. GC: NEYMAR atacante	Cada um superou sua dor, cada um superou seu cansaço e correu até o final. Isso foi o mais importante.
Off	Neymar em treino passando a mão no rosto.	A palavra pressão foi uma das mais usadas nas perguntas a Neymar.
Sonora	PP do jogador na coletiva.	Ninguém está com problema emocional. Está todo mundo muito bem.
Off	Neymar brincando com a bola e cobrando pênalti no treino.	Novas lágrimas não estão descartadas. Desde que sejam de alegria.
Sonora	PP do jogador na coletiva.	Tudo o que eu mais quero é que o Brasil se consagre campeão. Que no final a gente sorria ou chore de alegria.
Off	Imagem de Neymar, de James Rodrigues marcando gol pela Colômbia.	Neymar tem 22 anos, a idade de James Rodríguez, o Neymar da Colômbia, o artilheiro da Copa.
Sonora	PP de Neymar na coletiva.	Um grande jogador, mas espero que o ciclo dele acabe agora e a Seleção Brasileira

Off	Imagens de gols de Neymar na Copa e do treino quando recebe duas pequenas chegadas dos companheiros. Imagens de dribles no treino , deitado com a cabeça sobre a bola e passando a mão na coxa.	continue, com todo respeito, claro. Neymar tem quatro gols em quatro jogos até agora. É a peça mais valiosa de Luiz Felipe Scolari. Hoje no disputado treino coletivo... opa Dante, cuidado! Beernard, cuidado! Tudo certo. Ele está pronto para pedalar, driblar. No final, fez da bola travesseiro. Passou a mão sobre a coxa que andava colorida. Não está mais.
Sonora	PP do jogador na coletiva.	Estou bem, pode ficar tranquilo.
Off	Imagens de Neymar pegando uma criança no colo em câmara lenta de costas para a câmera.	Neymar 100%. Para cumprir a vocação de produzir alegria para a gente.

Ficha de transcrição da reportagem exibida em 03.07.2014

REP 09	Exibição: 03/07/2014	Tempo: 3'07"
Formato	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Cabeça	PA Patrícia Poeta PA Galvão Bueno Ambos em externa no hotel da Seleção. PA Patrícia Poeta. PA Galvão Bueno. PA Patrícia Poeta.	O capitão Thiago Silva deu uma entrevista hoje à tarde e um dos assuntos foi o choro dele antes da disputa de pênaltis entre Brasil e Chile. Ele fez questão de dizer que o choro é algo natural , Patrícia, e que a emoção não afeta o trabalho dele em campo. Tanto é que o Thiago, até agora, faz parte da Seleção da Copa. Você diz isso com base no ranking da Fifa. Naquele ranking. Vamos, então, ver a reportagem do Erik Faria.
Off	Imagens do técnico Felipão e Thiago Silva mais atrás indo para a coletiva. PP do rosto do	O comandante e o seu capitão. O jogo é contra a Colômbia, mas Thiago Silva ainda teve que explicar o seu comportamento

Sonora	<p>jogador e dele sentado sobre a bola na hora dos pênaltis contra o Chile.</p> <p>PM jogador GC: THIAGO SILVA zagueiro</p>	<p>durante os pênaltis contra o Chile.</p> <p>A pressão era muito forte para ganhar aquele jogo. Se você perde, volta para casa. A descarga emocional que eu tive foi por causa disso. Eu me entrego de corpo e alma naquilo que eu faço. Não tem como, quando faz a coisa com gosto, não se emocionar.</p>
Off	<p>Imagens do jogador emocionado, batendo na cabeça, ajoelhado com a cabeça no gramado.</p>	<p>As lágrimas, as reações na Copa, segundo Thiago, não interferem no desempenho em campo.</p>
Sonora	<p>PM do jogador.</p>	<p>Na minha visão não me atrapalha em nada. Muito pelo contrário, me ajuda. Passei por um momento muito difícil na minha vida. Superei tuberculose, corri risco de vida. E hoje eu posso falar pra você que eu sou um cara campeão. Não só dentro de campo, mas como fora.</p>
Off	<p>Câmera sai rapidamente do rosto de Thiago e vai para o técnico na coletiva.</p>	<p>Felipão pediu a palavra para defender o capitão.</p>
Sonora	<p>PP do técnico. GC: LUIZ FELIPE SCOLARI técnico</p>	<p>Alguém se abaixa para rezar, alguém agradece a Deus com as mãos espalmadas, alguém agradece como eu agradeci beijando a minha Nossa Senhora de Caravaggio. Eu acho que a gente poderia respeitar um pouquinho mais as individualidades que não são essas pequenas coisas que fazem que o time melhore ou piore.</p>
Off	<p>Imagens de arquivo de Dunga erguendo a taça e Cafu em 2002.</p>	<p>Hoje Dunga, capitão do tetra em 94, e Cafu, o do penta em 2002, falaram sobre o assunto.</p>
Sonora	<p>PPP Dunga. GC:DUNGA capitão do tetra</p>	<p>Como são seres humanos, a gente tem que respeitar as individualidades de cada um. Se até esse momento esses jogadores não tiveram nenhum problema dentro da Seleção, não é por um jogo que a gente vai</p>

Sonora	PP Cafu GC: CAFU Capitão do penta	<p>judgá-los.</p> <p>Cada expressa da maneira que acha melhor. Então, é uma maneira que nós temos que o Thiago Silva expressou e nós temos só que respeitar.</p>
Passagem	ERIC FARIA Fortaleza	<p>A escolha de Thiago Silva como capitão não foi apenas uma decisão de Luiz Felipe Scolari. O nome dele teve a aprovação da grande maioria do grupo.</p>
Off	Imagens em PPP de Thiago e da psicóloga,	<p>Essa espécie de eleição aconteceu nas conversas que os jogadores tiveram com a psicóloga da Seleção, Regina Brandão.</p>
Sonora	PP do técnico GC: LUIZ FELIPE SCOLARI JN – 05/06	<p>Ele foi apontado por, praticamente 14 ou 15 atletas, como o nome indicado para capitão. Então, ele tem essa qualidade pra liderar. Sabe liderar, sabe comandar um grupo e também tem uma liderança técnica.</p>
Off	Imagens de Thiago entrando em campo pela Seleção e conversando com Julio César , imagens dele com a braçadeira de capitão.	<p>Thiago Silva tem 29 anos e 27 jogos como capitão da Seleção. Amanhã, vai mais uma vez puxar a fila, liderar os jogadores antes de entrar em campo. Com a confiança de todos e sempre com a faixa no braço esquerdo.</p>

Ficha de transcrição da reportagem exibida em 04.07.2014

REP 10	Exibição: 04/07/2014	Tempo: 3'21"
Formato	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Cabeça	<p>PM Patrícia Poeta</p> <p>PM Galvão Bueno Ambos em externa no estádio.</p>	<p>Galvão, tava lembrando aqui, essa é a terceira Copa do técnico Felipão e pela terceira vez ele chega à semifinal, não é verdade? Foi assim com o Brasil em 2002, quando a gente chegou ao penta, conquistamos o penta e, em 2006, ele levou Portugal ao quarto lugar. E, agora, está novamente entre os quatro melhores.</p> <p>Um grande currículo, um grande currículo, Patrícia, do Felipão. Ele é um técnico muito especialista nesse tipo de campeonato , que você tem uma fase de classificação e depois</p>

Off	<p>PP de Thiago vindo do vestiário para a entrada em campo. PPP do jogador cantando o hino com os olhos fechados. Gol de Thiago em câmera lenta e saindo para comemorar apontando o escudo da camiseta. PPP do jogador com as mão para o céu orando. Thiago comemorando com os outros jogadores o gol. PP de Thiago com o punho cerrado.</p>	<p>os jogos eliminatórios e hoje a estrela dele brilhou mais uma vez. A dele e a de uma dupla que jogou demais. Os zagueiros David Luiz e Thiago Silva se destacaram e não foi apenas pelos gols, não. Eles fizeram os dois gols, mas vamos ver na reportagem de Pedro Bassan.</p> <p>O mundo de olho nos olhos de Thiago. Estão secos? Vão chorar? Resposta de capitão: olhos cerrados, assunto encerrado. E vamos falar de futebol. Quem ficou preocupado com os olhos se esqueceu do joelho. Thiago Silva fez o gol e não saiu sozinho para comemorar. Levou com ele Bellini, Mauro, Carlos Alberto, Dunga e Cafu. Cinco capitães, cinco estrelas que só o Brasil tem. Um no céu, outras na Terra e todas no peito inspirando a atual Seleção. Isso é o Brasil. Quem esperava lágrimas encontrou um punho cerrado.</p>
Sonora	<p>PP na saída de campo com banner da Copa atrás. GC:THIAGO SILVA zagueiro</p>	<p>As pessoas falam muito em emoção. De repente, quem não se emociona não cumpre com seu papel dentro de campo.</p>
Off	<p>Imagens do jogo Brasil e Colômbia e Thiago tirando a bola do ataque colombiano. Thiago gesticulando com os outros jogadores brasileiros, imagens dele descendo a escadaria para o vestiário no intervalo , mexendo na faixa de capitão. Jogada em que ele levou cartão amarelo em câmera lenta. Thiago gesticulando na hora da cobrança de David Luiz que terminou em gol. Imagem de David Luiz comemorando com punhos cerrados em câmera lenta.</p>	<p>O capitão brasileiro vale por muitos. A prova está nesse lance. Contra-ataque da Colômbia, quatro contra dois. Mas se Thiago estava ali, a camisa amarela estava em maioria. No Brasil, o capitão é uma autoridade que fala para o país inteiro, cada gesto é um discurso. No intervalo, ele parecia pressentir que a faixa iria para outro braço. Levou o cartão amarelo, está fora da semifinal. Thiago continuou com a faixa, mas imediatamente transmitiu a autoridade para David Luiz. Um outro zagueiro-artilheiro. De pé certo, grito aberto e punhos cerrados.</p> <p>A Seleção que tem cinco títulos deu o quinto</p>

Passagem	PP repórter no estádio. GC: PEDRO BASSAN Fortaleza	passo. Agora é cerrar o punho e continuar, seguindo o gesto do capitão.
Off	PPP de Thiago comemorando, abraçando David Luiz. James Rodriguez e David Luiz trocando as camisas e David consolando James que sai chorando de campo. Imagens de Thiago e David Luiz se abraçando, David comemorando com punho erguido e rosto de menino comemorando em PPP, todas em câmera lenta.	Capitão de verdade só abre as mãos para erguer a taça. Para dar um abraço é permitido também. E quem tem garra nunca perde a nobreza. Não foi um colombiano, e sim David Luiz quem consolou James Rodríguez, pedindo aplausos para secar as lágrimas de um menino que também brilhou nessa Copa. Mas é o Brasil quem segue. Seja Thiago, seja David. O importante é que eles já mostraram o caminho. Faltam dois passos. De agora em diante, a braçadeira está com todos nós.
Pé	PM Patrícia Poeta	Como você disse, faltam dois passos, passamos pelo quinto.
	PM Galvão Bueno	É impressionante como esses dois rapazes conquistam as pessoas, como eles são guerreiros, no sentido bom da palavra, foi o gesto mais lindo da Copa do Mundo, foi o David Luiz, ele consolar um adversário o James, que tem 22 anos, chorando e pedindo pra torcida brasileira aplaudir o adversário.
	PM Patrícia Poeta	Exemplo de futebol e de vida, também.
	PM Galvão	Isso é esporte.

Ficha de transcrição da reportagem exibida em 08.07.2014

REP 11	Exibição: 08/07/2014	Tempo: 3'19"
Formato	Narrativa Audiovisual	Narrativa Verbal
Cabeça	PM Patrícia Poeta Os apresentadores estão no estádio.	A Alemanha vai enfrentar, no domingo, no Maracanã, o vencedor do duelo desta quarta-feira entre Holanda e Argentina.
	PM Galvão Bueno	E a gente vai rever agora alguns dos momentos do jogo de hoje com o repórter

<p>Off</p>	<p>PPP jogadores chorando em câmera lenta e de um menino chorando no colo do pai vestido com as cores do Brasil.</p> <p>Imagens dos jogadores batucando dentro do ônibus. PPP de Bernard, Julio César e David Luiz cantando o hino. Imagens da torcida lotando o Mineirão. Lance de ataque do Brasil. PM de Marcelo e jogada de ataque do primeiro gol da Alemanha.</p> <p>Imagens do segundo gol da Alemanha, imagens de Klose comemorando.</p> <p>Imagens do terceiro gol. PPP do rosto de uma torcedora com cocar que leva a mão na boca surpresa. Imagens do quarto e quinto gols. PM de Felipe no banco de reservas mexendo no rosto. Lances da partida e imagem do banco da Seleção Brasileira com jogadores com mão no rosto. PG do campo.</p> <p>PM de Julio César saindo com toalha no ombro e PP de Marcelo cabisbaixo.</p>	<p>Tino Marcos.</p> <p>Houve choro de novo e dessa vez o mais doloroso. O menino chorando na arquibancada algum dia esquecerá? O ônibus da Seleção chegou em festa ao estádio. Trazia um Neymar na cabeça. Felipe escalou o mineiro Bernard na vaga do camisa 10. E o Mineirão empurrava a Seleção para uma vitória que em nenhum minuto de jogo chegou sequer a se esboçar. E olha que o time teve mais posse de bola no início. Mas o parque de diversões alemão abriu suas portas já aos dez minutos. Kroos bateu o escanteio e a curva da bola terminou no pé de Muller: fácil, sem marcação. Depois em seis minutos haveria o maior apagão de uma Seleção Brasileira em todos os tempos. Klose chutou, Julio César defendeu e Klose chutou novamente. Não era só 2 a 0. Era o 16º gol do alemão em Copas do Mundo. Tirou de Ronaldo a condição de maior artilheiro de todos os tempos.</p> <p>Dois minutos depois, cruzamento da direita e Kroos fazia 3 a 0. Se parecia inacreditável, o que dizer do que viria a seguir? Khedira abriu mão de chutar. Toni Kroos, mais um pra você. E se 4 a 0 era demais, o quinto não tardaria. Como em uma linha de passe, como se jogasse contra crianças. Khedira, agora ele, 5 a 0. E eram só 28 minutos de jogo. Taticamente, individualmente, a Seleção se curvava ao imenso domínio alemão.</p> <p>E saiu de campo vaiada ao fim do primeiro tempo.</p>
<p>Off</p>	<p>Ramires e Paulinho aquecendo. Duas tentativas de ataque do Brasil. Defesa de Julio César. Imagens do sexto gol da</p>	<p>Felipe tirou Hulk e Fernandinho. E lançou Paulinho e Ramires. Como piorar parecia impossível, houve uma pequena melhora. Neuer chegou a defender o chute de Oscar. Paulinho chutou duas vezes e duas vezes o</p>

<p>Passagem</p>	<p>Alemanha.</p> <p>Imagens do sétimo gol e câmera lenta de Julio César que só estira os braços. Chute da Alemanha. Imagem do gol de Oscar sem replay e PPP no rosto de Julio César que faz careta e olha para cima. O placar da partida é colocado sobre o rosto do goleiro.</p> <p>PM repórter GC: TINO MARCOS Belo Horizonte</p>	<p>goleiro alemão defendeu. Julio César também pulou para salvar o que seria o gol de Müller. Mas o capitão Lahm, sem marcação tocou para o toque simples, mortal, de Schürrle: 6 a 0.</p> <p>Schürrle entrou no segundo tempo e fez história, no chute em que Julio César nem pulou, aumentou para sete a conta desse desastre. A Alemanha quase fez o oitavo. E no finzinho Oscar fez o único do Brasil. Não havia o que comemorar: 7 a 1.</p> <p>O time terá agora quatro dias para tentar assimilar a maior derrota da Seleção Brasileira em 100 anos de história. Depois do vexame em Belo Horizonte o time volta a jogar sábado, em Brasília, na disputa pelo terceiro lugar.</p>
-----------------	---	--