



**Da esperança ao fracasso:
representações de Neymar pela *Folha de S. Paulo* na Copa do Mundo de 2018¹**

**From hope to failure:
Neymar's representations by *Folha de S. Paulo* at the 2018 World Cup**

Ricardo Alves Chaves Pereira²

Luiz Henrique Zart³

Resumo: Refletindo sobre ídolos, heróis e mitos no futebol, este artigo pretende compreender que representações a *Folha de S. Paulo* construiu sobre Neymar durante a Copa de 2018. Faz-se análise descritiva de conteúdo de nove matérias, e estabelecem-se categorias para rótulos colocados no jogador. Percebe-se dualidade na abordagem, com Neymar: protagonista; mais vilão que herói; mais alvo do que vítima; entre a esperança e o fracasso.

Palavras-Chave: Copa do Mundo; Jornalismo Esportivo; *Folha de S. Paulo*; Neymar.

Abstract: Reflecting about idols, heroes and myths in football, it's intended to understand what representations *Folha de S. Paulo* built about Neymar during the 2018 World Cup. Descriptive content analysis of nine articles is carried out; categories are established for stereotypes to the player. There's a duality in approach, with Neymar: protagonist; more villain than hero; more target than victim; between hope and failure.

Keywords: World Cup; Sports Journalism; *Folha de S. Paulo*; Neymar.

¹ Este estudo se baseia no Trabalho de Conclusão de Curso redigido/orientado pelos autores. Uma variação do texto foi apresentada no IJ 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

² Recém-graduado em Jornalismo pela Universidade do Planalto Catarinense (Uniplac). E-mail: ricardoalvesjornalista@gmail.com

³ Orientador do trabalho, à época docente da Universidade do Planalto Catarinense (Uniplac). Graduado em Jornalismo (Uniplac), Especialista em Comunicação e Jornalismo (UNIARA), atualmente mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJOR/UFSC), como bolsista de Ações Afirmativas. Integrante da Rede de Pesquisa Narrativas Midiáticas Contemporâneas (Renami), ligada à Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e do Núcleo de Estudos e Produção Hiperfídia Aplicados ao Jornalismo (Nephi-Jor/UFSC). E-mail: luizhenriquezart@hotmail.com



Introdução

O esporte, principalmente o futebol, está inserido no universo da Indústria Cultural⁴. Por isso, entre uma série de outros aspectos, a imprensa esportiva tem um papel por vezes dualista: cria heróis e vilões, aposta em narrativas de oposição para evidenciar certas características dos acontecimentos, muito porque é algo que mexe com a emoção do torcedor. Por mais que, em muitas situações, a própria categoria dos jornalistas trate o jornalismo esportivo como um espaço secundário, é importante considerar que, dentro de determinado contexto, o jornalista esportivo tem um poder de persuasão capaz de afetar os membros do clube até os torcedores (COELHO, 2003).

Neste sentido, Neymar é um fenômeno da mídia. Como referência da Seleção Brasileira, o peso da derrota, principalmente após a eliminação em torneios como a Copa do Mundo, cai principalmente nas costas do camisa 10, que não conseguiu desempenhar o papel que foi esperado, de trazer o hexa para o Brasil, desde 2002 sem a taça de campeão. Com isso, tem-se o problema de pesquisa: quais sentidos a *Folha de S. Paulo* atribuiu a Neymar nas matérias publicadas no site durante a Copa do Mundo da Rússia em 2018? Pretende-se, com isso, compreender quais representações o jornal construiu sobre Neymar e a Seleção durante a disputa da Copa do Mundo da Rússia em 2018, refletindo sobre a construção de ídolos, heróis e mitos no futebol a partir de uma análise descritiva de conteúdo (BARDIN, 1977).⁵

1. Referencial teórico: ídolos, heróis, mitos e futebol

O ser humano sempre busca alguém em quem se espelhar, tomar de exemplo, seja pessoal, profissionalmente ou, até mesmo, em relação ao sucesso (DARGHAM, 2020). Essa admiração pode gerar a idolatria: Martino (2014, p. 173 apud BORGES, MACÊDO, 2019. p.

⁴ “A Indústria Cultural representa, assim, a vitória mais estrondosa do capital e a sua realização mais magnífica: a constituição não simplesmente de um sistema econômico, mas de toda uma cultura (no sentido antropológico do termo) universal, caracterizada pela solidariedade entre os modos de vida e os comportamentos individuais de populações inteiras e as imposições do movimento histórico concreto da acumulação do capital (e não apenas da reprodução social em geral)” (BOLAÑO, 2000, p. 228).

⁵ Os links das matérias e demais detalhes podem ser encontrados no trabalho original.



3) diz que a celebridade é uma pessoa diferenciada por fazer algo excepcional: “até meados do século XX, eram pessoas que, por conta de condições específicas, habilidades excepcionais ou grandes realizações, se tornavam objeto de celebração”. Dargham (2020) nota que as pessoas procuram ter admiração por alguém que faça o que não conseguem fazer, ou quem chegou onde elas não conseguiram chegar: por meio da glorificação das realizações humanas há a busca por referências, entre as quais personagens da história em determinado tempo, “assim, é concebível atribuir ao ato de exaltar, ou mitificar certos acontecimentos, a manifestação de valores morais, anseios e fantasias inerentes ao contexto sob o qual eles são construídos” (DARGHAM, 2020, p. 11).

Esse fenômeno também não é diferente no futebol. A ascendência de um jogador ao patamar de ídolo é uma das características da indústria cultural, quando se leva em conta que o atleta, a partir do momento que é tido como um ídolo para a torcida, ou até mesmo para um país, vira alvo de marcas para marketing e publicidade. O herói deve ser exemplo de caráter, determinação e comprometimento, já que “a figura do ídolo sempre estará associada ao sucesso, à vida repleta de vitórias, conquistas, sucessos, triunfos, valores que para ela são tão desejados e cultivados na atualidade” (BRITO; REGO, 2018, p. 9).

Ao integrar a cultura, o futebol é espaço de manifestação individual e coletiva, por meio de uma série de condutas, comportamentos e padrões. É importante considerar esse potencial em um evento social tão representativo quanto o futebol (ZART, 2020). Justamente por isso, eventos esportivos – no Brasil, sobretudo os futebolísticos, com destaque para finais de campeonatos e Copas do Mundo, que mobilizam um sentimento comum – são objeto de destaque para os meios de comunicação. Neste sentido, há todo um universo no entorno do esporte, mesmo com rituais e propósitos determinados - horário do jogo, superstições com locais - e da própria grade de programação dos veículos de imprensa, com uma dinâmica também adequada aos dias do esporte – normalmente, jogos às quartas e domingos, com programação pré e pós-jogo repercutindo as partidas, com coletivas e debates. Por isso, para o jornalismo esportivo, a criação do ídolo midiaticizado também é necessária, a partir de certos padrões narrativos:



A enunciação – como o ato de produção de um texto – consiste na busca constante da emoção através de polarizações como sucesso e fracasso, fortuna e falência, amor e ódio, glória e decadência, virtuosismo e incompetência. Não há lugar para o meio termo (ABREU, 2001, p. 2).

Por isso mesmo, nos tempos de rádio e de crônicas, os jargões eram um recurso utilizado pelos narradores, a fim de aumentar a dramatização do acontecimento: o gol de placa, o drible desconcertante, o frango do goleiro. Porém, naquela época, o locutor tinha o objetivo de pintar na cabeça do torcedor todos os fatos do campo em tempo real da forma mais espetacular possível. A utilização dessas expressões nos meios impressos e internet, pode ser considerada ultrapassada e também uma saída fácil para o pouco tempo de janela para escrever e publicar um texto pós-jogo, por exemplo. Diferente do rádio, na linguagem escrita, esses chavões não passam a mesma emoção e acabam por se tornar apenas uma válvula de escape para o jornalista. Barbeiro e Rangel (2013) comentam sobre a banalização dessas expressões, e que, atualmente, os redatores fazem uso dos mesmos adjetivos para descrever as mesmas situações. Além dos meios apontados por Marcondes Filho (apud ibidem), o texto sem profundidade causado pela rapidez de propagação da internet se repete no jornalismo esportivo. Como na web tudo ocorre de forma instantânea, entende-se que a informação também deve ser postada e divulgada de forma imediata.

Em meio à dinâmica de aceleração da produção e publicação das informações, em especial no ambiente digital, a transformação desses acontecimentos em mercadorias consumíveis é uma prática comum. De acordo com Brito e Rego (2018, p. 8), existe um ingrediente indispensável na construção do espetáculo midiático: “a necessidade da presença do ídolo, do herói que protagoniza a narrativa e que pode ser desde um ator, cantor, celebridade ou mesmo o atleta”. A construção do herói é apoiada na aproximação com o público. No caso de um jogador de futebol, a identificação com a torcida é fundamental para a heroização: um bom exemplo de cidadão, determinação em treinamentos e jogos e também uma boa comunicação com os torcedores, o que gera empatia: “Essa identificação aproxima o herói da realidade de outros sujeitos, que passam a admirá-lo pela compreensão simbólica de que transcendem o mesmo ciclo de lutas, dificuldades, conquistas e fracassos, ou seja, pela empatia”



(CAVALCANTI, CAPRARO, 2016, p. 6). Afinal, “agora, o herói é essencialmente midiático, construído sob medida” (BORGES, MACÊDO, 2019. p. 8).

Ou seja, o herói, antes construído pelas crônicas esportivas, rádio e TV, agora é construído por ele mesmo, ou por uma assessoria de imprensa, pelos meios digitais, o que, por um lado, aproxima o torcedor, que se sente parte da vida do seu atleta favorito, levando em conta que pode comentar nas publicações, interagir e acompanhar toda a trajetória do herói que é midiaticamente idealizado. Esse é um dos sintomas contemporâneos: a presença, ainda que não seja física, é talvez mais forte por ser constante - uma vez que, a todo momento, enquanto público, as pessoas são bombardeadas de mensagens de teores e temáticas variadas. Quando se percebe o futebol como um espetáculo midiático pelo jornalismo esportivo, é perceptível que a imprensa muitas vezes alça um jogo monótono à condição de espetáculo de imagens e narração.

A criação de ídolos desempenhada pelos meios de comunicação é outra situação, também proveniente do contexto gerado pela Indústria Cultural, algo que ocorre, por exemplo, quando há embates entre grandes times do cenário brasileiro ou mundial, com um potencial maior de personagens, que criam um clima de apreensão e expectativa até o clímax. O apito inicial do árbitro é seguido de uma série de acontecimentos que, de uma forma ou de outra, podem ser determinantes para o enredo da partida. Para Brito e Rego (2018), então, a presença do ídolo é tão, ou até mais importante que o espetáculo, pois a ausência dele, uma má atuação, uma partida abaixo do que era esperado, pode mudar completamente a mensagem final: são como heróis em uma jornada de pequenos capítulos permeados de desafios.

É neste sentido que a caminhada de um jogador de futebol que alcança essa influência pode ser assimilada como uma jornada do herói (MARTINEZ, 2008), em que ele ocupa o espaço de protagonismo. Os passos do herói (jogador de futebol) envolvem sempre um sacrifício, a vitória, a derrota. Esses fatores, determinantes e característicos do próprio mecanismo do jogo, geram identificação com o público (torcida), que vê naquela persona alguém que o representa, que está capacitado para carregar o fardo que é ser ídolo do seu time do coração. A trajetória do jogador se assemelha à heroica:

[...] permeada por desafios que objetivam provar se o candidato ao posto pode mesmo exercê-lo. Tais batalhas consistiriam em demonstrar se o esportista



está à altura da tarefa, se poderá suportar os perigos e se terá conhecimento, coragem e capacidade para transpor o desconhecido, tornando a jornada parte importante da vida (CAVALCANTI, CAPRARO, 2016, p. 6).

Porém, para ser bem-sucedido na missão, o herói deve voltar para casa com a vitória, pois ela é “um componente importante na construção de histórias que se centralizam em um cenário heroico” (CAVALCANTI; CAPRARO, 2016, p. 6). No caso de uma derrota, toda a trajetória do herói será considerada fracassada, levando em conta que ele não cumpriu o objetivo final, seja a vitória, ou até mesmo um título.

Deste entendimento, o jogador de futebol pode ser alçado de herói a vilão em um estalar de dedos. Em tempos de volatilidade das relações humanas, completamente tomadas pela comunicação instantânea, muda a própria forma com a qual se consome informação. Essa dualidade, entre heroísmo e vilania, transforma o dia a dia do futebol em um espetáculo midiático ininterrupto. Como apontam Borges e Macêdo (2019, p. 14), essa abordagem para com o atleta é fundamental para também colocá-lo em pé de igualdade com o espectador, que também passa por altos e baixos. É mais uma forma de identificação e aproximação por uma suposta semelhança:

Nesse jogo simbólico que foi promovido em torno do atleta, às vezes ele é o ídolo, às vezes ele é o anti-herói, o que torna ainda mais interessante um espetáculo midiático que, dessa forma, foge da total previsibilidade. Isso também está ligado a um herói-espetáculo, a construir uma jornada que precisa incluir hesitações e dificuldades para ser verossímil, humanizada e sedutora (BORGES; MACÊDO, 2019, p. 14).

Uma das táticas usadas pela imprensa esportiva ao tratar de ídolos, heróis e mitos é a da jornada do herói, na qual o jogador precisa sempre se provar capaz de carregar o fardo de ser o principal ídolo de uma equipe, ou até mesmo, da seleção nacional. Para a imprensa, sempre foi atrativa a criação de heróis e vilões: dentro do futebol, não é diferente. Um dos casos mais representativos nos últimos anos é o de Neymar da Silva Santos Júnior. Com sua imagem explorada pela imprensa esportiva desde cedo, o jogador acabou por se tornar um alvo de críticas, principalmente por sua conduta, desaprovada por jogadores, treinadores e por comentaristas e jornalistas – num contexto em que “o estúdio de TV, a cabine de rádio, a



redação do jornal, deixam de ser meios de transmissão de fatos e tornam-se eles mesmos os produtores de mundos” (MARCONDES FILHO *apud* BEZERRA, 2008, p. 81).

2. Aspectos metodológicos: análise de cobertura

A metodologia, desenhada para este estudo propriamente dito, surgiu a partir do problema de pesquisa: Qual representação a *Folha de S. Paulo* construiu sobre Neymar na Copa do Mundo da Rússia, em 2018? Com o problema apresentado, no site do jornal, foram filtrados a partir das palavras-chave Neymar e Copa resultados de uma semana antes da Copa do Mundo da Rússia 2018 – 7 de julho – até uma semana depois da final – 22 de julho. Da filtragem, 516 resultados corresponderam ao que foi pesquisado. Para uma primeira seleção, foram escolhidas matérias que falassem da Seleção Brasileira ou de Neymar em tom de comparação, utilizando adjetivos, ou notícias que tivessem o nome do camisa 10 no título.

Das 516, 31 foram selecionadas para uma leitura mais detalhada. Nessa leitura, foram escolhidas matérias de pós-jogo que tivessem Neymar no título, ou algum adjetivo a respeito da Seleção Brasileira, além de uma matéria do pós-copa, que também seguiu o mesmo método de filtragem. Das 31 matérias selecionadas previamente, nove foram escolhidas para fazer parte da pesquisa. Entre elas estão seis pós-jogos, duas matérias durante a Copa e uma um dia antes do término da competição. As matérias fazem parte da editoria de esportes da *Folha*, e foram selecionadas por terem caráter informativo, não opinativo, de acordo com os conceitos indicados por Marques de Melo (2003).

As categorias escolhidas para a interpretação dos dados desta pesquisa partiram de uma leitura flutuante das matérias da *Folha*, e do posterior entendimento a respeito das “etiquetas” classificatórias com as quais o jornal classificava as atuações da Seleção. Então, criou-se uma categorização em quatro eixos para considerar a figura de Neymar. O primeiro deles entre protagonista ou coadjuvante; o segundo entre herói e vilão; o terceiro entre vítima e alvo; e o quarto, finalmente, entre esperança e fracasso. As opções se davam justamente na tentativa de estabelecer sentidos que a *Folha* indicava ao jogador brasileiro.



3. Resultados: da esperança ao fracasso: a construção midiática de Neymar na Copa do Mundo de 2018 pela *Folha de S. Paulo*

Na análise feita dos pós-jogos publicados pelo jornal *Folha de S. Paulo*, durante a participação do Brasil na Copa do Mundo da Rússia, nota-se sempre Neymar como um personagem até maior que a própria Seleção Brasileira. Mesmo em notícias em que ele não é o personagem principal, o protagonismo de Neymar é subentendido numa galeria de fotos, numa menção, sempre conjunta de algum adjetivo.

Na primeira notícia analisada, o nome do atleta já vem no título, também seguido de um adjetivo de significado subjetivo, ou seja, a interpretação do “Neymar manca” é do próprio leitor. Será que o “mancar” do atleta é do pé direito operado, ou do desempenho dentro do campo? A segunda interpretação se deve ao que segue no título “Seleção tropeça”. O tropeço da Canarinho é no sentido de fazer um mau resultado, não convencer. A foto é de um Neymar caído no chão. A escolha das imagens feita pela *Folha* é meticulosa para mostrar a real situação da Seleção Brasileira, mas Neymar sempre como personagem principal.

Assim como na primeira, no próximo jogo do Brasil, contra a Costa Rica, Neymar é posto como vítima da “perseguição” dos jogadores adversários. Ou seja, o herói estava encontrando dificuldades no caminho para trazer a vitória representando o seu país. Apesar da matéria não duvidar de Neymar, sobre a Seleção Brasileira o ponto de interrogação é presente. Sempre definida como “sem criatividade”, “perdida”, “pouco efetiva”, entre outras. Porém, também é exaltada a retransa dos costa-riquenhos, que o Brasil só conseguiu penetrar no final da partida, com Coutinho e Neymar.

No terceiro duelo, dessa vez contra a Sérvia, uma certa esperança é criada em torno de Neymar, que apesar de não marcar, distribuiu uma assistência e como diz a matéria, se preocupou menos em simular faltas e mais em jogar futebol. Os jornalistas expõem uma situação com o técnico sérvio, em que o brasileiro “sorriu” para o comandante, o que fica nas entrelinhas uma aprovação por parte dos jornalistas, um passe livre para a atual conduta do herói brasileiro de como ele deveria agir daqui em diante, como um verdadeiro líder. A foto principal da notícia é Neymar sorrindo, comemorando a vitória. No corpo do texto aparece uma



galeria de fotos somente do craque, posto como protagonista, e com a mudança de comportamento, pronto para levar o Brasil mais à frente na competição.

Na partida contra o México, Neymar novamente é posto como protagonista, dessa vez, no contexto da competição, acima de Messi e Ronaldo, os dois melhores jogadores do mundo na época. O título, extremamente chamativo, coloca o camisa 10 da Seleção no panteão dos maiores, endossado por Ronaldo Fenômeno, que disse acreditar que o jogador do Paris Saint-Germain levaria o prêmio de melhor do mundo, superando Messi e Ronaldo.

As simulações do craque foram alertadas pelos jornalistas, que destacaram um momento em que Neymar sofre uma falta e rola no chão. O momento, chacota na imprensa internacional, também foi divulgado pela *Folha*, que mostrou posições de ex-jogadores e veículos de imprensa, sem mostrar quem o apoiava, como foi o caso de Ronaldo Fenômeno, que acreditou ser uma “bobagem” as críticas e que Neymar estaria mostrando um futebol ‘maravilhoso.

Além do feito de Neymar ter superado o de Ronaldo e Messi, a matéria ainda mostra estatísticas melhores que a dos jogadores citados, como os gols em mata-matas de Copas. Enquanto Neymar, em duas disputadas, tem dois, os outros jogadores, em quatro Copas, não têm nenhum. As estatísticas o exaltam e criam a esperança de que finalmente o brasileiro esteja preparado para a missão do hexacampeonato, que quebrou as expectativas postas sobre ele.

Na eliminação, contra a Bélgica, a *Folha* usa e abusa dos adjetivos, a começar pelo título das duas notícias analisadas, que possuem “travado” e “desequilibrado”. “Vexame” também é usado pelos jornalistas, o que deixa claro o que foi visto no jogo contra a Suíça, por exemplo, que terminou em empate por 1 a 1. Pelas conquistas ao longo da história, o Brasil entra como favorito contra qualquer Seleção do mundo, sem importar a qualidade do adversário, mas se ganhar, não fez mais que a obrigação; se vencer a não convencer, há algo errado, e se perder, deu vexame. No segundo pós-jogo, a eliminação diante dos belgas, por 2 a 1, é comparada à semifinal de 2014, contra a Alemanha, que terminou em 7 a 1. Neste sentido, a definição de Neymar na Copa foi de um jogador que “não convenceu” e também foi destacado nas simulações do brasileiro perante as faltas sofridas.

Um dia antes da final da Copa do Mundo, no dia 14 de julho, às 15h, a *Folha de S. Paulo* publicou a notícia “Copa acaba com Neymar menor e motivo de piada, após naufrágio individual”, escrita por Camila Mattoso, Diego Garcia, Luiz Consenzo e Sérgio Rangel. Nota-



se já no título o fracasso de Neymar na Copa do Mundo, quando diz que a competição o diminuiu e virou motivo de piada. Ou seja, de herói e esperança, o camisa 10 acabou como um fracasso, como se pode ver no subtítulo: “Fracasso na seleção e simulações em campo fizeram falhar aposta na Copa”. O jogador foi da esperança ao fracasso em três jogos. A esperança de um jogador diferente, de um líder, contra a Sérvia. A ascensão do herói contra o México e o fracasso e “naufrágio individual” contra a Bélgica. Logo no primeiro parágrafo, os jornalistas já disparam contra o atleta ao dizer que:

Camisa 10 da seleção brasileira e jogador mais caro do futebol mundial, Neymar tinha a Copa do Mundo como aposta de trampolim para vencer o prêmio de melhor jogador do mundo. Deixou a Rússia no dia 7 de junho, mais de uma semana antes da final, menor e ironizado.

Somente nesse trecho, vê-se, novamente, a esperança. No momento em que a Copa poderia ser o “trampolim” para um possível prêmio de melhor jogador do mundo, que não é conquistado por um brasileiro desde 2007, quando o meia Kaká, na época, jogador do Milan, venceu Lionel Messi e Cristiano Ronaldo, a expectativa é quebrada, e logo que isso acontece, a decepção vem, e com ela, Neymar é posto aos leões. Na matéria, a Folha disponibiliza uma galeria com 17 fotos das “reações de Neymar na Copa da Rússia”.

Além da derrota, o craque ainda se desentendeu com a própria imprensa, que em 2014, lhe deu holofotes. Novamente o prêmio de melhor do mundo e a falta de desempenho são assunto abordado na matéria em tom de fracasso: “Antes candidato a melhor do mundo no fim do ano, deixou a Rússia sem chances de vencer a premiação, principalmente pelo desempenho sem destaque no torneio”. Outro ponto que mostra o “fracasso” do jogador, é no seguinte trecho:

A Copa representou, além do fracasso em campo, atritos fora dele para o atacante e seu estafe. Viveu relação conturbada com a Rede Globo, principal emissora do país, que transmitiu o Mundial com exclusividade na TV aberta. Em 2014, Neymar teve contrato para participar de programas da emissora.

A *Folha*, diante da eliminação, ressaltou aspectos que contribuíram para um desempenho irregular de Neymar. Deste contexto, é importante ressaltar que das nove notícias observadas, seis (66,6%) foram classificadas como pós-jogo - por estarem no ar após o fim da



partida -, enquanto três (33,4%) foram tratadas como repercussão, por serem publicadas em dias seguintes. Na mesma medida, e com os mesmos percentuais, os pós-jogos eram todos em caráter informativo, enquanto as repercussões são todas interpretativas. Todos os conteúdos estavam na editoria de esportes. Foi comum observar o uso de duplo sentido e da adjetivação, ainda que os materiais aparentassem ser meramente informativos. Nos títulos e nas linhas finas observou-se a aposta em um dualismo: ou se há uma expectativa muito grande ou o indício de catástrofe. Isso aponta para a função de mediação exercida pelo repórter na construção do relato.

Entre os principais termos marcados, neste sentido, é perceptível a tentativa de rotular a seleção e o próprio Neymar, na maioria das vezes de forma negativa (manca; nervosismo; palhaço; travado; desequilibrado; geração do 7 a 1; vexame; eliminação; naufrágio; fracasso).

Tabela 1: Categorias de análise a partir dos eixos temáticos

#	Matérias	Eixo 1	Eixo 2	Eixo 3	Eixo 4
1	Brasil 1 x 1 Suíça ⁶	Protagonista	N. A.	Vítima	Esperança
2	Brasil 2 x 0 Costa Rica ⁷	Protagonista	N. A.	Vítima	Esperança
3	Brasil 2 x 0 Sérvia ⁸	Protagonista	Herói	N. A.	Esperança
4	Brasil 2 x 0 México ⁹	Protagonista	Herói	N. A.	Esperança
5	Matéria 1 ¹⁰	Protagonista	Vilão	Alvo	Fracasso
6	Matéria 2 ¹¹	Protagonista	Herói	Vítima	Esperança
7	Brasil 1 x 2 Bélgica (1) ¹²	Protagonista	Vilão	Alvo	Fracasso
8	Brasil 1 x 2 Bélgica (2) ¹³	Protagonista	Vilão	Alvo	Fracasso
9	Matéria 3 ¹⁴	Protagonista	Vilão	Alvo	Fracasso

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

⁶ Publicada em: 17 jun. 2018.

⁷ Publicada em: 22 jun. 2018.

⁸ Publicada em: 27 jun. 2018.

⁹ Publicada em: 2 jul. 2018.

¹⁰ Publicada em: 3 jul. 2018.

¹¹ Publicada em: 4 jul. 2018.

¹² Publicada em: 6 jul. 2018.

¹³ Publicada em: 6 jul. 2018.

¹⁴ Publicada em: 14 jul. 2018.



A partir disso, em todas as matérias (9), o camisa 10 foi o protagonista da narrativa. Em quatro delas (44,4%), o atacante foi visto como vilão; em três (33,3%) como herói, e em duas (22,2%), a classificação não se aplica - acredita-se porque estava lesionado, e ainda era o início da competição. A mesma distribuição se deu entre as vezes nas quais ele foi alvo dos argumentos (44,4%), vítima (33,3%) e outras duas situações em que a classificação não cabe - pelos mesmos motivos do critério anterior. Interpretando os resultados, é possível considerar que, no começo do torneio, a narrativa se centrava na expectativa; e no final, passou a ter tom mais crítico por conta da eliminação.

Os dados permitem considerar que um jornal de referência, como a *Folha*, mesmo que pretenda trazer conteúdo noticioso, deixa transparecer interpretações sobre a Seleção e Neymar nos seus relatos. As classificações – que se direcionavam mais ao protagonismo; alternando heroicização e vilania; indo de vítima a alvo; e da esperança ao fracasso, denotam a capacidade, ainda que relativa, de um grande veículo de comunicação atribuir determinadas interpretações que, em parte, podem ser adotadas pelo público.

Considerações finais

Pode ser notada também uma alternância de sentimentos, principalmente nos jogos contra a Sérvia e o México, nos quais Neymar é posto entre os maiores; enquanto na eliminação, a notícia ressalta que o jogador apresentou um futebol que não convenceu, assim como a Seleção Brasileira.

Percebeu-se que a *Folha* investe no duplo sentido e aposta na adjetivação para travestir seus relatos pretensamente informativos de interpretação, a partir de termos pejorativos e uma dualidade escancarada entre expectativa e aproximação da catástrofe - especialmente nos termos demarcados das notícias analisadas. Afinal, Neymar é qualificado, a partir das categorias de análise, como um protagonista, mais vilão do que herói; mais alvo do que vítima. As expectativas aparecem de forma muito mais leve; e quando a interpretação é mais crítica, os relatos apontam marcadamente em direção ao fracasso.

Conclui-se, portanto, que a *Folha* utilizou de termos vistos no estudo do jornalismo esportivo e da Indústria Cultural, para a criação de primeiramente um ídolo, que estaria pronto



para liderar a Seleção; e, no final, após a eliminação, em um fracasso, que com todas as expectativas, não conseguiu cumprir a missão principal. Portanto, a Jornada do Herói de Neymar acabou em fracasso, segundo a própria *Folha de S. Paulo*.

Referências

- ABREU, J. B. Metáforas, hipérbolos e metonímias, uma jogada de efeito – o discurso do radiojornalismo esportivo. *In:*
- In:* CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande. **Anais** [...], São Paulo: Intercom, 2001. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/93756778511380654608609040927908697856.pdf>. Acesso em: 12 out. 2021.
- BARBEIRO, H.; RANGEL, P. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2013.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Editora Edições 70, 1977.
- BEZERRA, P. R. M. **O Futebol Midiático**: uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos. 2008. 151 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Cásper Líbero, SP, 2008.
- BOLAÑO, C. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.
- BORGES, R.; MACÊDO, G. D. Neymar: a construção jornalística de um herói-espetáculo a partir das redes sociais. *In:* ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 17., 2019, Goiânia. **Anais** [...]. São Paulo: SBPJor, 2020. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/viewFile/2071/1130>. Acesso em: 26 out. 2021.
- BRITO, F. C.; REGO, E. Presença de Neymar: mídia, esporte-espetáculo e a produção de sentidos sobre a seleção brasileira nas transmissões dos jogos do Brasil na Copa do Mundo de 2014 pela TV Globo. *In:* CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., 2018, Joinville. **Anais** [...], São Paulo: Intercom, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1653-1.pdf>. Acesso em: 20 out. 2021.
- CAVALCANTI, E. A.; CAPRARO, A. M. O mito do herói: uma análise a partir do discurso da Folha de S.Paulo acerca do caso Ronaldo na Copa do Brasil de 2009. **Rev Bras Educ Fís Esporte**, São Paulo, v. 30, n. 3, p. 611-618, jul./set. 2016.
- COELHO, P. V. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo. Contexto, 2003.
- DARGHAM, M. **A mitificação do jogador de futebol**: o papel das mídias. 2020. 105 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica), PUC, São Paulo, 2020.
- HELAL, R.; LOVISOLO, H.; SOARES, A. J. G. **Futebol, jornalismo e ciências sociais**: interações. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.
- MARQUES DE MELO, J. **Jornalismo opinativo**. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.



MARTINEZ, M. **Jornada do Herói**: a estrutura narrativa na construção de histórias de vida em jornalismo. São Paulo: Annablume, 2008.

ZART, L. H. “Além do óbvio”: a prática jornalística da crônica futebolística a partir da Trivela. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 18., 2020, on-line. **Anais** [...]. São Paulo: SBPJor, 2020. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2020/paper/viewFile/2752/1442>. Acesso em: 10 maio 2022.