

Copa do Mundo de 2018: Enquadramentos de Neymar veiculados pelos jornais brasileiros

ANDRÉ MELO MENDES

Professor Associado
Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
Brasil
andremelomendes@hotmail.com

MARIA TEREZINHA DA SILVA

Professora Adjunta
Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Brasil
terezinhasilva@yahoo.com

RAQUEL DORNELAS

Doutora em Comunicação
Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Brasil
raqueldornelas@gmail.com



futebol brasileiro mudou. Boa parte da nova configuração começou nos anos 1990, quando a globalização chegou ao esporte de origem bretã. A ida de vários craques nacionais para os gramados europeus contribuiu para fragmentar processos de identificação da torcida brasileira com seleções e clubes de outros países. A tecnologia foi outro fator preponderante que contribuiu para essa mudança, especialmente a partir do início deste século, quando câmeras espalhadas em lugares estratégicos do campo passaram a transmitir em tempo real o que acontece entre as quatro linhas. Desde então, comportamento antidesportivo, xingamentos e agressões entre os jogadores não passam mais despercebidos e podem, inclusive, ser punidos *a posteriori*.

O estilo de jogo também sofreu fissuras. A globalização do esporte e a internacionalização dos grandes craques (Helal & Soares, 2003) caminham junto com certo enfraquecimento da hegemonia do futebol-arte e a difusão do chamado futebol-força (DaMatta, 1994) ou futebol-resultado (Helal *et al.*, 2014): a tática e a racionalidade vêm ganhando um espaço outrora destinado especialmente à ginga e à criatividade. Consequentemente, assiste-se a um relativo declínio do interesse pela seleção (Helal & Gordon, 2002) e a uma perda da sua carga simbólica na determinação das identidades brasileiras (Helal *et al.*, 2009, 2010). Mesmo assim, a cada quatro anos aconteceria o que Helal *et al.* (2009, 2010) chamam de “nacionalismo cíclico”, quando sen-

Pour citer cet article

Référence électronique

André Melo Mendes, Maria Terezinha da Silva, Raquel Dornelas, « Copa do Mundo de 2018: Enquadramentos de Neymar veiculados pelos jornais brasileiros », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.
<https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.445>

timentos nacionalistas são despertados por ocasião da Copa do Mundo de futebol. Nessas ocasiões, brasileiros se unem com a esperança de mais um título e a confirmação do estilo brasileiro de praticar futebol, o chamado futebol-arte (DaMatta, 1994).

Apesar de todas essas mudanças, o tipo de expectativa sobre a seleção brasileira masculina de futebol parece resistir ao tempo. A virilidade, um dos atributos mais antigos e com fortes raízes no modelo patriarcal, parece sobreviver como um valor relevante quando se trata de atletas do time nacional. Não foram aleatórias as razões reivindicadas pela crítica esportiva na ocasião da eliminação brasileira no mundial de 2018: era comum ouvir nas interações cotidianas o argumento de que os jogadores não se doaram suficientemente, não tiveram ‘colhões’ – afirmações que podem ser associadas à ideia de virilidade no campo de jogo, como se verá mais adiante.

Diante desse fato, nos pareceu frutífero investigar mais profundamente como se dá, na contemporaneidade, a relação entre virilidade e futebol na sociedade brasileira. Entendemos que os produtos jornalísticos são um espaço privilegiado para observar tal relação, tendo em vista a compreensão de que o jornalismo praticado em uma sociedade também expressa, reproduz ou reelabora valores e normas importantes naquele contexto social (Silva & França, 2017). Se o atributo da virilidade permanece significativo em meio à tessitura social, como ele está relacionado ao atual contexto no qual as próprias questões de gênero e o repertório social a respeito de feminilidade/masculinidade passam a protagonizar debates coletivos?

Nosso campo de observação se materializou na apresentação do atacante Neymar Júnior nas capas de três jornais brasileiros impressos, durante a Copa de 2018 na Rússia, quando sua imagem foi utilizada para ilustrar o desempenho da seleção brasileira durante esse acontecimento. Além de ídolo do esporte, Neymar é também uma celebridade internacional, uma das dez mais bem pagas do mundo, segundo a revista Forbes.¹

Entretanto, Neymar está muito longe de ser uma unanimidade no Brasil: seja entre a crítica especializada, seja entre os torcedores. Acreditamos que uma considerável parte da imprensa esportiva narra geralmente de maneira negativa as atuações de Neymar Júnior não apenas porque ele ainda não tem conseguido levar a seleção a um título mundial, mas também porque sua atuação dentro e fora dos gramados não se encaixa no protótipo tradicional do ‘jogador viril’, assim como não inspira orgulho de ser brasileiro.

O artigo está organizado em quatro partes. Na primeira, fazemos uma síntese da biografia de Neymar, destacando sua importância no mundo do futebol na

atualidade. A segunda apresenta uma discussão sobre a noção de virilidade, sua relação com a performance de atletas, além de uma reflexão sobre figuras célebres, a exemplo de Neymar, e o modo como elas encarnam expectativas e valores sociais presentes nas narrativas jornalísticas acerca do desempenho desses atletas. A terceira parte discute o conceito de enquadramento, importante para a análise aqui proposta, e explicita também os procedimentos metodológicos. Por fim, a quarta parte do artigo traz os resultados da análise, seguida por nossas considerações finais.

COMO NARRAR NEYMAR JÚNIOR?

Antes de iniciar a análise, é preciso identificar quem é Neymar e qual a sua importância no atual cenário futebolístico. Neymar da Silva Santos Júnior nasceu em 1992 na cidade de Mogi das Cruzes, no estado de São Paulo. Ainda criança, iniciou nas categorias de base do Santos, sendo promovido à equipe profissional aos 17 anos e à seleção brasileira no ano seguinte. Logo foi identificado como um legítimo herdeiro do futebol-arte e promessa de manutenção do estilo nacional de praticar o esporte (Soares *et al*, 2014)

Três anos depois, seu passe foi comprado pelo Barcelona, onde viveu o melhor momento da sua carreira ao lado de uma constelação de craques, entre eles, aquele que é considerado o melhor jogador da atualidade, Lionel Messi. Nesse período, o futebol de Neymar cresceu e encantou o mundo, mostrando a alegria e confirmando a criatividade do futebol brasileiro. No Barcelona, conquistou o Mundial de Clubes e a Liga dos Campeões da UEFA (União das Federações Europeias de Futebol) em 2015.

Em 2016, levou a seleção olímpica brasileira ao seu primeiro ouro, única conquista que o Brasil ainda não possuía nesse esporte, além de vencer a Copa das Nações em 2013, liderando seus companheiros a uma grande vitória contra a seleção espanhola, favorita ao título. A venda do seu passe para o *Paris Saint Germain Football Club* (PSG), no ano de 2017, bateu o recorde de transação mais cara da história do futebol: 220 milhões de euros.

Apesar de ser talentoso e ter realizado feitos indiscutíveis, Neymar é considerado um jogador polêmico. Seu comportamento fora e dentro de campo é avaliado por muitos como irresponsável, típico de um garoto mimado e imaturo (Silva *et al*, 2019)². Alguns o acusam de provocar grande parte das faltas sofridas, resultando em frequentes lesões que o têm deixado de fora de jogos importantes. Outros argumentam que ele não tem controle emocional: já discutiu com árbitros e treinadores e foi expulso por atitudes antidesportivas. Para esses críticos, se ele não mudar seu comportamento,

não será capaz de levar a seleção brasileira a mais um título mundial e de contribuir para confirmar ao mundo que o Brasil ainda detém a primazia no futebol.

Na Copa da Rússia, em 2018, havia uma grande expectativa sobre a seleção brasileira, que exibia bom desempenho no comando do técnico Tite, praticando um futebol muito próximo daquilo que é considerado futebol-arte. Mas o desempenho pífio e a eliminação prematura da competição frustraram essas esperanças. A frustração da Copa da Rússia seguiu-se a derrota na final da Copa da França, no ano seguinte, quando sua agressão a um torcedor rival que o insultara repercutiu muito negativamente por todo o mundo. Pouco tempo depois, acabou cortado da Copa América, por lesão no tornozelo, na mesma época em que era acusado de estupro.

Tentou retornar ao time do Barcelona, sem sucesso, e, a partir daí, passou a ser hostilizado pela torcida do *Paris Saint-Germain*. Seu inferno astral só começou a melhorar em 2020, quando voltou a jogar bem e conseguiu comandar a equipe do PSG às finais da Liga dos Campeões - o maior torneio de futebol do mundo, na atualidade. Sua equipe não foi campeã, mas Neymar teve reconhecida sua atuação.

Mesmo sem conquistar títulos expressivos, desde que deixou o Barcelona, em agosto de 2017, Neymar permanece sob holofotes midiáticos e é considerado uma celebridade internacional, o que para muitos dos seus fãs parece ser mais importante do que a conquista de títulos com a seleção brasileira. Durante a Copa de 2018, ele era o jogador mais caro do mundo e se tornou o primeiro brasileiro a atingir um milhão de seguidores no *Instagram*³. Mesmo após muitos problemas, dentro e fora de campo, continua protagonizando campanhas publicitárias de marcas famosas pelas quais recebe cachês milionários.

Entre a crítica esportiva brasileira e parte dos torcedores, há uma forte expectativa de que o Neymar dos holofotes se alinhe ao Neymar das belas jogadas e dos gols decisivos. Para isso, um imperativo viril se impõe a ele, assim como tem ocorrido historicamente com aqueles que são considerados os melhores jogadores brasileiros. Por esse motivo, consideramos ser pertinente realizar uma reflexão acerca do que seria virilidade e como tal atributo é apropriado pelas interações comunicativas (especificamente as jornalísticas mediadas) que se dispõem a narrar o universo em torno do futebol.

VIRILIDADE COMO MARCADOR DA MASCULINIDADE

Se fizermos uma pesquisa rápida na internet, constataremos que o adjetivo virilidade é geralmente

usado para destacar características típicas de uma pessoa do sexo masculino, funcionando muitas vezes como sinônimo de masculinidade. Um homem viril é forte (física e mentalmente), não tem medo, não foge da luta (Houaiss; Villar, 2001: 2869)⁴.

A virilidade é um conceito tão antigo quanto as raízes filosóficas do mundo ocidental. Segundo Maurice Sartre (2013), na Antiguidade Clássica, essa noção estava diretamente relacionada à coragem física demonstrada pelos guerreiros no campo de batalha (Sartre, 2013). Tanto na educação ateniense como na espartana, os meninos eram criados para demonstrar disposição em combate, obediência às leis e respeito aos deuses. Essa noção era fundamental naqueles tempos, já que uma derrota na guerra poderia significar o estupro das suas esposas e a escravidão de todos os seus concidadãos.

Se, na Idade Média, coube à Cavalaria a propagação desse ideal (Vigarello, 2013), já na transição para a Modernidade e na formação dos Estados Nacionais, tais valores foram assimilados pelo Exército, instituição estratégica aos projetos expansionistas das grandes potências. O Exército foi responsável por uma formação militar com ênfase no heroísmo, o que significava demonstrar destemor diante da guerra e disposição ao sacrifício pela nação.

Os modelos totalitaristas no século XX exacerbaram ainda mais os valores de lealdade, disciplina, obediência, coragem e companheirismo, ligado a esse conceito, além, é claro, do sacrifício pelo bem maior: a pátria (Oliveira, 2004). Enquanto os exércitos das nações-Estado continuaram sendo responsáveis pela disciplinarização dos soldados, os ideais burgueses moldaram um modelo de masculinidade com características mais comedidas. A ênfase na bravura e na coragem deslocou-se para o autocontrole e a contenção emocional (Vigarello, 2013).

Ao longo dessa trajetória histórica do conceito, percebemos que no imaginário ocidental a virilidade pode ser considerada um significante cujo significado aponta para uma ordem de comportamentos positivos associados às pessoas do sexo biologicamente masculino. No caso específico do futebol, as representações midiáticas majoritárias reforçam uma “[...] teia discursiva naturalizada dos gêneros e das masculinidades evidenciada nos significados culturais ligados à virilidade na performance esportiva, em que o controle das emoções e a supressão do choro assumem centralidade” (Soares *et al*, 2016: 1153).

O papel dos meios de comunicação no funcionamento das gramáticas normativas e valorativas da sociedade já foi destacado, em 1948, no clássico estudo de Lazarsfeld e Merton (1971). Eles apontaram, entre

as principais funções dos meios, a reiteração de normas sociais por “exibirem à opinião pública os desvios em relação ao padrão geral” (Lazarsfeld & Merton, 1971: 238). Que personagem melhor para reforçar formas hegemônicas de masculinidade do que uma figura célebre do futebol?

No contexto do futebol atual, consideramos como jogador viril não necessariamente aquele que vence, mas sim aquele que “dá tudo de si” pelo time, luta até o último minuto e “não desiste nunca”. Se for agraciado com a vitória, melhor; mas o importante para aqueles que o admiram é sua capacidade de doação por uma causa comum, seu esforço durante a partida, junto com os outros “guerreiros”.

CÉLEBRE E VIRIL

Nas sociedades ocidentais, os esportistas profissionais podem se tornar tão conhecidos ao ponto de se tornarem estrelas. Entender esse *status* de visibilidade e reconhecimento é acionar uma profícua discussão: a de celebridades. Transitando por diferentes espaços simbólicos, as celebridades falam ‘de’ e ‘por’ nós. Se podemos interpretar os agentes célebres como pontos de ancoragem na sociedade midiaticizada (França & Simões, 2014), analisar as narrativas sobre elas (incluindo Neymar Júnior) nos permite perceber mecanismos dos quais nos apropriamos para legitimar quem merece ou não estar em realce.

Na clássica categorização de Chris Rojek (2008), a fama pode ser conferida, adquirida ou atribuída a uma pessoa. No primeiro caso, o caráter de celebridade é transferido a alguém pelo simples fato de ela fazer parte, por exemplo, de uma família já anteriormente conhecida. Do lado oposto, adquire-se reconhecimento por meio da trajetória, dos feitos e das conquistas de um ator social. Por fim, a última categoria diz respeito aos célebres midiáticos por essência: não apresentam grandes feitos que possam ser destacados; a constante visibilidade é o que alimenta o *status* de notoriedade.

Por definição, os atletas seriam portadores de uma celebridade adquirida, já que suas carreiras bem-sucedidas nas diversas modalidades esportivas os lançam à cena pública. No caso específico de Neymar, percebe-se uma imbricação entre a fama adquirida e a atribuída. Ele realizou uma série de grandes feitos a partir dos quais adquiriu visibilidade. Mesmo fora de atividade ou quando sua performance desagrada o público, sobrevive todo um ecossistema ao redor de seu nome e de sua imagem; ele se torna, assim, pauta para as conversações nas diferentes mídias.

Neymar é famoso por também ser bem-sucedido fora das quatro linhas e frequentar o *jet set* interna-

cional. Na contemporaneidade, ser bem-sucedido fora do campo profissional não significa mais ‘ter uma bela família com filhos saudáveis’, mas, aparecer nos meios de comunicação e ganhar dinheiro para fazer isso. “Além dos gramados, ele passa a ser visto em comerciais, confere importância àquilo que toca, ganha espaço na cena pública, é seguido em sua vida privada, copiado em seu penteado. Torna-se uma celebridade, e passa a comportar-se como tal” (França, 2018: 127). Como já foi comentado, muitos dos seus fãs não parecem preocupados com suas conquistas pela seleção brasileira, mas pela maneira hedonista como vive sua vida.

Para Helal (2014), um fenômeno de massa, como o futebol, não se sustenta sem ídolos e heróis. Porém, ser célebre não é sinônimo de ser herói. O heroísmo não advém apenas de um bom resultado nos jogos, mas de ações que causam surpresa e, sobretudo, que revelam bravura e mostram doação pela coletividade. Nessa perspectiva, ser herói se aproxima de ser viril - o que não implica que todo herói precisa ser viril para ser considerado herói.

Nessa definição de herói ligada à noção de virilidade tradicional, a imagem de Neymar Júnior escorrega. O ‘menino Ney’ é uma grande estrela, sem dúvida, mas ainda não parece ser aquele líder capaz de inspirar seus companheiros “a lutar até a morte” por uma grande conquista como a Copa do Mundo. Sempre envolvido em manifestações individualistas, “aquilo que realmente importa” (títulos e orgulho para o povo brasileiro) não parece fazer parte das suas prioridades.

É possível que, por isso, muitos torcedores e repórteres da crítica especializada tenham uma certa má vontade com o jogador. Alguns chegam a defender a ideia de que grande parte do seu sucesso seria devido à ajuda do marketing. Na Copa de 2018, Neymar esteve perto de fazer as pazes com esse segmento da crítica, entretanto, mais uma vez, falhou nesse quesito.

ENQUADRANDO A SITUAÇÃO E O SUJEITO

Para estudar o modo como as narrativas jornalísticas associam virilidade à figura do jogador Neymar Júnior, recorreremos ao conceito de enquadramento, uma noção importante em estudos políticos, sociológicos, comunicacionais e do jornalismo. O conceito de enquadramento aqui trabalhado se apoia na noção de *frame* ou quadros da experiência do sociólogo canadense Erving Goffman (2012).

O objetivo de Goffman era investigar as pequenas interações cotidianas que organizam a experiência dos sujeitos no mundo. Com esse intuito, o pesquisador canadense constituiu a ideia de que os quadros são princípios

básicos de organização social da experiência em um dado contexto cultural, que servem para definir os acontecimentos e o envolvimento do sujeito naquela situação (Goffman, 2012). Na perspectiva de Goffman, portanto, os quadros de sentido dão aos sujeitos indicações sobre a maneira como devem interpretar uma situação e agir naquele momento específico de interação. Ao mesmo tempo em que são cotidianamente acionados como referências, esses quadros podem ser modificados em tal processo (Mendonça; Simões, 2012).

No presente trabalho seguimos esta abordagem de enquadramento, conforme sintetizada por França, Silva e Vaz (2014: 83), para quem “os quadros são como matrizes interpretativas às quais os indivíduos recorrem cotidianamente para entender e se posicionar em diferentes situações. E o ‘enquadramento’ é a mobilização desses quadros – um processo fundamental na organização da experiência porque possibilita aos sujeitos definir o que acontece para poder, então, se posicionar e atuar. Tais quadros, porém, não são construções totalmente individuais, mas possuem forte influência sociocultural.

Goffman (2012) não fala explicitamente em enquadramento, mas, a partir do que ele teorizou sobre os quadros da experiência, um conjunto de pesquisas posteriores foram realizadas, apropriando-se e operacionalizando o conceito de enquadramento de diferentes formas, em várias áreas do conhecimento, entre as quais nos estudos da comunicação (Mendonça & Simões, 2012).

Da mesma forma que todos os indivíduos em suas interações cotidianas, também os profissionais das mídias, no dia a dia da produção de notícias, recorrem a essas matrizes de sentidos para enquadrar ou interpretar o que relatam. Na rotina profissional, o jargão jornalístico costuma entender o enquadramento como sendo a angulação ou abordagem adotada para a notícia. Alguns estudos em jornalismo também restringem o enquadramento ao ângulo da notícia. Ou seja, focam na interpretação que um jornalista ou uma mídia propõem ao noticiar um fato, buscando direcionar a percepção da realidade para o público.

Trata-se, portanto, de um entendimento mais restrito da noção de enquadramento, um pouco distinto da abordagem que se inspira naquela proposta por Goffman e que adotamos aqui. Esta permite tanto analisar uma situação de interação de forma mais ampla, com diferentes atores em atuação, quanto perceber que as interpretações ou enquadramentos realizados no âmbito da produção midiática dialogam com os sentidos compartilhados pelo público.

Ao promover enquadramentos, jornalistas se inserem nas tramas de produção de sentidos dos aconteci-

mentos noticiados (Gitlin, 1980). Ao mesmo tempo, o leitor, para compreender o fato narrado, aciona enquadramentos para acessar os múltiplos sentidos que pode conter uma narrativa. Tais enquadramentos, ou quadros de sentido acionados para interpretar um fato, podem ser os mesmos (partilhados entre o âmbito da produção e o da recepção) ou, outras vezes, podem ser distintos, gerando uma disputa simbólica acerca do que está sendo tratado.

Uma das pioneiras no uso do conceito de enquadramento para refletir sobre o jornalismo, Gaye Tuchman (1978) enfatizou essa dimensão interpretativa e desenvolveu uma perspectiva mais ampla sobre a compreensão da produção da notícia. Segundo a socióloga, não é possível afirmar que a notícia é um espelho do real, pois ela é apenas um recorte, que passa por processos de seleção, construção e interpretação antes de ser veiculada pela mídia. Assim, a ação midiática de enquadrar e interpretar vai além da lógica operacional da narrativa jornalística, pois participa da construção social da realidade, bem como revela peculiaridades do próprio veículo (Carvalho, 2009).

Como construções socioculturais, os quadros interpretativos mobilizados no processo de enquadramento de uma situação ou de um sujeito são ancorados e orientados por gramáticas normativas e valorativas vigentes em uma sociedade. Se se entende o jornalismo como parte de um processo comunicativo em que há diferentes sujeitos em interação, conforme o paradigma relacional (França, 2006), e não apenas como mera transmissão de informações, pode-se entender que jornalistas e mídias têm um vínculo profundo com a cultura e a sociedade com a qual se comunicam, da qual falam, conflitam ou compartilham valores e normas sociais (Silva & França, 2017).

Embasados nesse referencial teórico, analisamos um *corpus* composto pela primeira página dos jornais com maior circulação no Brasil à época da Copa da Rússia: *Folha de S. Paulo*, *Super Notícias* e *O Globo*⁵. Foram analisadas um total de 15 capas, publicadas entre o mês de junho e julho de 2018, abrangendo os cinco jogos disputados pela seleção brasileira desde a estreia até a sua eliminação.

O método aqui utilizado para realizar as análises segue uma abordagem semiótica da imagem, possuindo semelhanças com os parâmetros desenvolvidos por Erwin Panofsky (2002) na sua metodologia iconológica e incorpora o estudo das legendas e títulos vinculados às imagens selecionadas de acordo com as proposições de Roland Barthes (1990). Apesar da semelhança com o método de Panofsky, o ferramental aqui utilizado possui uma diferença importante: não considera o último nível da análise proposto pelo pesquisador alemão, para quem a intuição de um leigo

pode ser mais efetiva que a investigação de um pesquisador experiente.⁶

O procedimento contempla basicamente dois momentos: o primeiro, em que predomina a objetividade, considerando o tipo de objetividade possível de ser obtido em uma análise realizada por sujeitos históricos; e outro, mais subjetivo, no qual o analista faz uso das sugestões e redundâncias percebidas no primeiro momento, comparando-as com os dados de contexto (interno e externo à imagem), também levantados no primeiro momento. É sempre importante destacar que essa divisão é artificial e tem apenas a finalidade de sistematizar o processo.

Na etapa analítica, são consideradas as qualidades formais dos signos, o contexto histórico no qual estão situados e quais as representações mais estáveis associadas aos elementos constitutivos da imagem, verificando se, nesse novo contexto, os sentidos tradicionais relacionados a esses signos permanecem ou não, bem como as relações retóricas e expressivas dos textos relacionados à imagem. Por meio desses dados, tentamos compreender os enquadramentos realizados pelos meios de comunicação jornalísticos selecionados, identificando os discursos contidos nessas imagens e nos textos a elas vinculados, bem como os valores neles destacados.

A síntese interpretativa (segundo momento), tem como importante referência as informações e especulações produzidas na fase analítica (primeiro momento). A aplicação dos conceitos de enquadramento, virilidade e celebridade se dá especialmente nessa fase, quando os utilizamos para refletir sobre como os discursos e valores identificados na fase anterior estão relacionados à narração da seleção brasileira e à imagem de Neymar. Nessa estrutura, a legitimidade das afirmações e reflexões do momento sintético está ancorada principalmente no momento analítico (objetivo).

COPA, CAPAS E ENQUADRAMENTOS DE NEYMAR

Os enunciados noticiosos participam da organização simbólica da concretude da vida. A teia narrativa compartilhada fomenta modos de torcer, ligações entre torcedores e o futebol, bem como a admiração por atletas. No Brasil, a emoção, o envolvimento e a emissão de opiniões explícitas dos profissionais que cobrem esportes, especialmente o futebol, acompanham a história e permeiam a linguagem do jornalismo esportivo: [...] para o jornalista esportivo, a dimensão do gosto e do amor pela atividade ainda parece ser requisito fundamental para o exercício deste tipo de especialidade [...]” (Cabo & Helal, 2011: 100).

Mesmo com a presença de um discurso fortemente opinativo no jornalismo esportivo e o crescimento

cada vez maior do caráter de entretenimento na cobertura de esportes, autores como Finger e Oselame (2013 e 2014) e Padeiro (2015) acreditam que é possível (e necessário) manter a objetividade na cobertura jornalística. Finger e Oselame, por exemplo, defendem a ideia de que, mesmo com o aumento do privilégio ao “infoentretenimento” nos últimos anos, o jornalista deve resistir a esse tipo de prática e ter como obrigação principal informar objetivamente. Além de não contribuir para divulgação das notícias, essa tendência, nomeada pelas autoras como “engraçadismo”, mais atrapalha do que favorece a capacidade de criação dos repórteres, ditando uma padronização da informação em programas esportivos televisivos como o *Globo Esporte* (Finger & Oselame, 2013).

Trabalhando sob a égide de esporte-espetáculo, Mezzaroba e Pires (2010) acionam o conceito de *agenda-setting* para analisar a engrenagem da cobertura midiática a respeito de um evento específico: os Jogos Pan-Americanos. Já Marques (2008, 2010) lança luz sobre a presença da literatura, por meio das crônicas, como uma das vias narrativas para se falar do futebol no ambiente midiático. Desse modo, é possível perceber que não há um consenso teórico na hora de dissertar a respeito do jornalismo esportivo e dos modos como aborda aquilo que inclui em sua cobertura.

Se não há um consenso sobre a função do jornalismo esportivo e seus modos de narrar, há uma percepção comum de que esse tipo de jornalismo contribui para a formação do imaginário social da nação brasileira e a Copa do Mundo é um evento especialmente importante nesse contexto. Desse modo, as textualidades jornalísticas veiculadas durante o período da Copa do Mundo de 2018 se apresentam como uma rica empiria, potencializando disputas simbólicas, acionamento de valores, ideais e estereótipos e a interlocução entre futebol e virilidade presentes no imaginário social.

Na sequência, apresentamos os resultados da análise sobre o modo como o jogador Neymar Júnior foi enquadrado nas capas dos três jornais brasileiros (*Super Notícias*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo*) e, assim, associado à virilidade como um atributo ainda fortemente valorizado no imaginário brasileiro. A exposição dos resultados segue a ordem cronológica dos cinco jogos da seleção brasileira em 2018, evidenciando a forma como os enquadramentos do jogador vão se modificando no transcurso dos jogos.

Basil e Suíça: Neymar e a queda

A Suíça, primeiro adversário do Brasil no mundial, nunca teve tradição nesse esporte. No entanto, ocupava à época o sexto lugar no ranking da FIFA, à frente de ‘equipes de peso’, como França, Inglaterra e Itália⁷. Além disso, era notório que a Suíça jogava muito bem

defensivamente, o que significava que estaríamos na dependência da genialidade de Neymar para desequilibrar o jogo a favor do Brasil.

Na partida de estreia da seleção brasileira, o atacante entrou em campo com um corte de cabelo que chamou a atenção de todos e logo viralizou na internet. Tal como Ronaldo Fenômeno fez na Copa do Mundo de 2002, Neymar exibiu um penteado esdrúxulo – que foi comparado à crista de uma caca-tua. Ao contrário de Ronaldo, porém, seu desempenho em campo não foi tão impressionante quanto seu visual, o que aumentou a antipatia daqueles que não eram seus fãs. O Brasil apenas empatou em 1x1, em um jogo sem muita emoção.

A frustração marcou as capas dos jornais do dia seguinte à primeira partida. A mesma foto de Neymar em uma pose ambígua (queda ou *clown*?) foi usada na capa do *Super Notícias* e da *Folha de S. Paulo*. Deitado com as costas na grama e as chuteiras no ar, o meio-rasgado, ele foi retratado em uma posição que variava entre a sugestão de que sentia dor (por ter sido “caçado em campo”), e o humor – que se a queda fosse uma espécie de encenação malfeita. Essa sugestão foi reforçada pelo título do *Super*, “Que tombo foi esse?”, que fazia menção ao *funk* “Que tiro foi esse?”, de Jojo Todynho, *hit* do carnaval daquele ano.

Já *O Globo* estampou uma fotografia da grande área da seleção brasileira, em plano geral, cheia de jogadores observando um único integrante da Suíça cabeceando

sozinho contra a meta do Brasil. Em outros espaços da própria capa, *O Globo* apresentou um enquadramento que sugeria dúvida e decepção a respeito de Neymar, retratado cabisbaixo diante do técnico Tite na charge assinada pelo conhecido cartunista Chico Caruso.

A imagem ambígua de Neymar no chão contribuiu para esvaziar do jogador traços de virilidade. Seja fingindo ou sentindo dor, está rendido. A imagem sugere que ele falhou, não foi forte suficiente para suportar nem mesmo o primeiro obstáculo, ou mentiu para se vitimizar – ações que se afastam da noção de caráter viril.

Vale destacar que nenhuma das três capas apresenta um enquadramento único. Apesar da presença de uma abordagem negativa, os jornais também relativizaram o resultado, apontando como agentes atenuadores o fato de Neymar ter sido “caçado em campo”, como apontou a *Folha de S. Paulo*. Organizando temporalidades e (re)ações, o enquadramento do *Super Notícias* sugere que o público não deixe de acreditar na seleção e, conseqüentemente, em Neymar: “Agora é torcer para o Brasil pegar no tranco. E que venha a Costa Rica”.

O enquadramento do *Super* também manifesta um tom nacionalista, que é comum em contextos de Copa do Mundo, vinculado à uma expectativa por um comportamento viril por parte dos jogadores brasileiros (“que venha a Costa Rica”, pois “nós” não temos medo, o Brasil tem a força necessária para enfrentá-la e der-

Figura 1 – Capas dos jornais no dia seguinte à estreia do Brasil.



Fonte: Acervo portal *Ver Capas* (18/06/2020).

Figura 2 – Capas dos jornais no dia seguinte ao segundo jogo do Brasil.



Fonte: Acervo portal *Ver Capas* (23/06/2014).

rotá-la). Como destacam Helal e Soares (2003), já não se observa um tratamento narrativo homogêneo do futebol como metonímia da nação. A despeito disso, o jornalismo ainda atribui a este esporte o emblema nacional das Copas. Nestes torneios, “a ideologia nacionalista está presente na estrutura do evento” (Helal & Soares, 2003: 7)

Brasil e Costa Rica: Neymar e o choro

O jogo contra a Costa Rica foi bem mais difícil do que o esperado pelos torcedores do Brasil. A tensão só foi superada nos acréscimos, com gols de Philippe Coutinho e de Neymar Júnior. Nas capas dos jornais analisados, o grande destaque foi para o choro do camisa 10 ao fim da partida, mais uma vez, apresentado na primeira página, sentado no chão do gramado.

Enquanto o *Super Notícias* e a *Folha de S. Paulo* optaram novamente por estampar Neymar (e seu drama) assentado sobre a grama, *O Globo* continuou sem dar capa ao atacante, destacando Philippe Coutinho em uma pose oposta à de Neymar, uma imagem típica de herói – bem semelhante às comemorações de Pelé em campo, acionando, assim, um signo presente no repertório brasileiro.

Apesar de destacar a imagem de Neymar chorando, os textos da *Folha* e do *Super* organizaram narrativamente a experiência do jogo com um tom pouco acusatório. Para o jornal paulista, o atacante estava apenas emocionado, sendo o nervosismo estendido ao restante do time. Já o *Super* transformou a fala de Neymar em manchete, amenizando sua performance aquém do esperado: “Falar, até papagaio fala. Agora, fazer... pou-

cos fazem! O choro é de alegria, de superação, de garra e de vontade de vencer”. Vale observar que, se sua fala evoca valores viris, sua pose demonstra o contrário.

No jornal paulista, o contraponto aparece na chamada para uma coluna: “Foi pênalti, mas de tanto fingir, Neymar foi pego na fábula de Pedro e o Lobo”. Já o diário mineiro informa que o “[...] triunfo foi comemorado com tombo de Tite e choro de Neymar”, sugerindo uma postura atrapalhada da seleção. *O Globo* optou por um enquadramento mais negativo: o atacante esteve “nervoso” em campo, ou seja, sem autocontrole, sem equilíbrio.

De fato, ao demonstrar fragilidade, Neymar continuou se afastando da ideia de raça e força e os jornais estamparam isso na capa. Entretanto, apesar da presença de crítica, a partida foi enquadrada, majoritariamente, como um passo incerto rumo a um futuro que ainda podia ser promissor. A seleção é narrada como a que “[...] ostenta a melhor defesa e a que mais finaliza no Mundial” O tom de alívio e confiança marca a mensagem do jornal *Super Notícias*: “Torcedores voltaram a acreditar que o hexa não é só um sonho”.

Brasil e Sérvia: Neymar e o grupo

Na vitória do Brasil por 2x0 contra a Sérvia os quadros de sentidos mobilizados foram associados à ideia de coletividade. A empolgação da torcida nas capas (*Super Notícias* e *Folha de S. Paulo*) se somou às fotografias que retrataram a equipe e não um atleta apenas. A ideia de valorização do conjunto está relacionada à união e, indiretamente, à superação das dificuldades, graças a essa coletividade. As imagens - que até então

Figura 3 – Capas dos jornais no dia seguinte ao terceiro jogo do Brasil.



Fonte: Acervo portal Ver Capas (28/06/2020).

mostravam Neymar (ou Coutinho) - passaram a dar maior ênfase ao discurso solidário.

Essa mudança não foi aleatória ou meramente uma construção. A força do time, de fato, começou a crescer. Neymar, como todo o restante da seleção, demonstrou evolução, aumentando o nível de esperança da torcida brasileira.

Mesmo que as capas não tenham focado majoritariamente na figura de um único ídolo, traços de exaltação viril compuseram as narrativas de elogio ao grupo. As fotos de destaque do *Super* e do *O Globo* mostram o time abraçado, convocando signos de união, apoio mútuo e trabalho em equipe. Em *O Globo*, é destacada a “força do talento para vencer”.

Os sentidos implícitos na fotografia instigam uma reflexão sobre o enquadramento de Thiago Silva nas imagens de *O Globo* e do *Super*. No jornal carioca, o atleta está no centro do abraço coletivo, como se estivesse acolhendo os companheiros de equipe. No *Super*, ele também está presente na fotografia. Em ambas as páginas, o olhar de Thiago é imponente, confiante. Ele parece enxergar adiante, como se vislumbrasse e preparasse (a si e toda a seleção) para os desafios posteriores. Sua cabeça está sutilmente levantada, acionando uma posição de comando, coragem e prontidão para o *combate*. O zagueiro assume essa postura viril e, ao mesmo tempo, humana - ao reunir (e liderar) os colegas.

Porém, Neymar não foi esquecido. Em *O Globo*, a chamada para uma coluna afirma: “Neymar fez o jogo que o time precisava; não para si, mas para a equipe”. O aspecto viril está implícito no enquadramento semântico: o atacante não se apresenta como o menino mimado, que segura passes, simula faltas e sofre muitas quedas; ele se sacrificou pela equipe. Sua mudança de postura em campo - não mais individualista e sim priorizando o coletivo (a equipe, a seleção, o Brasil) era o que ‘o time precisava’ para obter um bom resultado e, assim, seguir em frente na sua caminhada rumo ao título. Neymar foi maduro, apresentou força física e mental, capacidade de liderança e vigor em prol da vitória de todo o grupo. Ele também foi destaque na charge do mesmo impresso: “Bola pra frente, é isso aí”, diz o texto que acompanha a ilustração.

Brasil e México: Neymar e o triunfo

Após a vitória contra a equipe do México, todos os holofotes se voltaram para Neymar. Ele foi a explicação do bom resultado (2x0). De fato, o atleta continuou demonstrando evolução técnica e assumiu o protagonismo da partida.

Triunfante. Assim, o camisa 10 apareceu nas narrativas dos três jornais, tanto textual quanto imageticamente. Nas capas analisadas, a imagem apresentada do camisa dez se distancia do jogador instável, que sempre se machuca ou cai em campo e acaba, mais cedo ou mais tarde, decepcionando a torcida.

Figura 4 – Capas dos jornais no dia seguinte ao quarto jogo do Brasil.



Fonte: Acervo portal Ver Capas (03/07/2020).

Em *O Globo* e no *Super*, ele é o destaque da principal fotografia da página. No impresso carioca, ele aparece carregado nos ombros de Paulinho, acionando um signo compartilhado em nosso imaginário: o herói ovacionado e carregado nos braços do povo. No *Super*, ele bate no peito, exibindo o orgulho de “fazer o que sabe como poucos” – nas palavras do próprio periódico mineiro. Na *Folha*, mesmo de costas, ele está em primeiro plano na imagem que ilustra a capa.

No quarto jogo, Neymar cumpriu a trajetória clássica do herói, conforme Campbell (2004): aquele que sai de seu mundo, realiza feitos e retorna com uma dádiva que é de todos. O garoto humilde do Santos que, tal como Pelé, enfrentou barreiras difíceis, como contusões, críticas e desconfiança, retornou a uma Copa do Mundo após ter se machucado na véspera. Realizou, com ‘raça’, uma partida brilhante, podendo trazer o sonhado hexacampeonato para toda a nação – pelo menos era o que se esperava àquela altura.

O Neymar do jogo contra o México não foi narrado como o menino imaturo, mas sim o herói viril. Nessa partida, o atacante levou um pisão e se conteve (*Folha*) estaria melhorando no aspecto emocional (*Super*), mostrando que venceria as oscilações de humor e a sensibilidade exacerbada, a fim de conquistar o hexa com a garra e a força que se exige de um ídolo como ele. Um herói combativo, corajoso e capaz de liderar seu exército, ou seja, os outros jogadores e, metonimicamente, um país inteiro. Esse herói é capaz de acender o interesse pela seleção brasileira e restaurar a carga simbólica desse esporte.

Como o exercício de acionar quadros de sentidos comumente caminha por um fluxo não-linear, os enunciados dos jornais também apresentaram trechos com menos entusiasmo e mais racionalidade. *O Globo* relatou, na chamada de uma coluna, que o Brasil soube combinar “o talento com a arte de vencer” e, ao mesmo tempo, deu destaque para o fato de a seleção ter demonstrado “novo repertório tático”. A *Folha* adotou um tom extremamente sóbrio, procurando não se antecipar pela emoção e euforia do momento. Preferiu a estratégia de buscar certa neutralidade.

Entretanto, o mesmo discurso racional apresentou fissuras no impresso paulista. Uma das chamadas para uma coluna opinativa disse que o futebol é o esporte “do acaso” e que um bom time aliado a um técnico não era suficiente para garantir a vitória. Neste ponto da discussão, é preciso voltar a Neymar e registrar uma observação. Apesar de algumas conotações negativas anteriores, amplamente exploradas pela imprensa e certamente presentes no imaginário do torcedor, Neymar sempre ocupou o posto de jogador mais promissor da seleção.

O alto investimento em marketing, a publicidade contínua do atacante por parte dos veículos de comunicação e, principalmente, a ausência de um outro craque brasileiro capaz de rivalizar com ele, podem explicar essa aparente incoerência nos quadros de sentido em torno de Neymar. Tecnicamente, ele não tem concorrente no Brasil: Coutinho era aquele que chegava mais próximo naquele momento, mas, mesmo assim, está longe do *status* ocupado pelo protagonista da seleção.

Brasil e Bélgica: Neymar e a dura realidade

Na quinta e última partida do Brasil, os gols sofridos no primeiro tempo impediram um destino favorável para a seleção. Os espectadores chegaram a ver um segundo tempo de bom futebol. No entanto, novamente, o time comandado por Tite não teve ‘força’ para mudar o resultado final, evidenciando limites técnicos, táticos e até emocionais.

A imagem de Neymar foi escolhida para personificar a derrota. Os três diários optaram por apresentá-lo como metonímia do resultado infeliz. O ídolo, antes triunfante, enquadrado sob um tom divinal, vive a queda e é representado de joelhos.

As manchetes dos jornais apresentaram enfoques diferentes. Enquanto *O Globo* e a *Folha* pretenderam uma abordagem mais sóbria, o *Super* optou por destacar a derrota com humor, por meio da imagem do canarinho chorando – talvez uma forma de tornar o sofrimento da eliminação mais fácil de ser suportado pelos torcedores brasileiros.

Os três jornais também não dispensaram uma narrativa crítica. A *Folha* ressaltou a incompetência da seleção brasileira por ainda não ter conseguido passar das quartas de final, nesse Século. A imagem de Neymar agachado, em segundo plano, olhando para a comemoração de vários jogadores da seleção belga, reforçou a ideia da nossa impotência diante da festa dos outros. Segundo o texto, “o Brasil não mostrou o equilíbrio desejado por Tite”. O *Super* também opinou sobre “o descontrole emocional de Neymar e companhia”. Em *O Globo*, o Neymar diminuto

é digno de compaixão, está de cabeça baixa consolado pelo time adversário. Ao ocupar esse lócus de inferioridade, o camisa 10 “sepulta o projeto [...] de ser o melhor do mundo”.

Do topo ao chão em 20 dias, a síntese narrativa oscilou entre um Neymar *viril e incapaz*. A falta de *força emocional*, de *vigor* físico e jogadas desconcertantes decepcionou a torcida. O time, liderado pelo atacante, não se sacrificou o bastante para a conquista de mais um campeonato mundial.

Mais uma vez, não foi a Copa do Neymar. Estaria ele sobre a mesma ‘maldição’ do argentino Lionel Messi⁸ – que nunca obteve um título pela sua seleção principal? Após a seleção brasileira vivenciar uma vitória contra a Sérvia e de Neymar aparecer triunfante ao fim do jogo contra o México, esperava-se uma continuação da boa atuação do atleta. Ansiava-se pela sua redenção e consolidação de sua imagem como grande craque do Brasil nos anos 2010.

Os jornais analisados optaram por ancorar o percurso simbólico da seleção na Copa 2018 na imagem de Neymar, acionando princípios básicos referentes à virilidade (ou à falta dela) encarnados no signo-Neymar. Dele muito se esperava; com ele voltou a frustração de outras Copas.

UM NOVO MODELO DE ÍDOLO ESTÁ SURGINDO?

Ao analisar as imagens veiculadas nos jornais escolhidos, percebemos que as fotografias estampadas em

Figura 5 – Capas dos jornais no dia seguinte ao quinto jogo do Brasil.



Fonte: Acervo portal *Ver Capas* (07/07/2020).

suas capas retrataram ‘a ascensão e queda do menino Ney’. Enquadramento semelhante foi visto em outras mídias e nas redes sociais. Mesmo assim, logo após o final da Copa do Mundo, o camisa 10 da seleção brasileira se tornou o primeiro brasileiro a atingir um milhão de seguidores nas mídias sociais. Esse acontecimento nos leva a questionar se um novo modelo de ídolo do futebol estaria surgindo no século XXI?

Pelé é considerado pela crítica especializada como o melhor jogador de futebol de todos os tempos, ainda que haja uma grande campanha pró-Messi nos últimos anos. Quando o garoto da cidade de Três Corações (Minas Gerais) surgiu no Santos, mesmo sendo esguio não se intimidava diante de marcadores mais experientes e fortes. Com sua inteligência afiada e dribles desconcertantes, só era parado pelos adversários com falta, realidade semelhante ao que o ‘menino Ney’ vivenciou no início da sua carreira.

Ao longo da sua trajetória, Pelé aprendeu a lidar com a violência dos seus adversários e liderou a seleção em dois títulos mundiais. Com 29 anos, Neymar continua sendo um atleta muito leve, facilmente derubado pelos adversários, que frequentemente usam essa estratégia para neutralizar suas ações em campo. Diferentemente de Pelé, em vez de evitar as faltas, Neymar procura ‘valorizá-las’, com quedas exageradas, de maneira que os árbitros não se sentem seguros sobre o que realmente aconteceu na jogada e, conseqüentemente, seus agressores, na maioria das vezes, não recebem a punição que deveriam receber.

Além disso, esse comportamento associa ao jogador não apenas a ideia de que ele tenta enganar o árbitro (desonestidade), mas também de que ele é frágil, na medida em que qualquer disputa de bola o leva ao chão, mesmo quando não é cometida uma infração contra ele.

Aproveitando-se dessa percepção geral sobre o atleta brasileiro, é comum, durante as partidas, os jogadores adversários revezarem-se em fazer faltas em Neymar. Como consequência, sua carreira é marcada por contusões, algumas em momentos-chave para a seleção brasileira, outras em momentos-chave para o seu atual time, o *Paris Saint-Germain*, que investiu milhões de euros em sua contratação e que, até hoje, não conseguiu os títulos internacionais ambicionados⁹. Esse fato tem contribuído para reforçar o argumento de que ele é fraco demais para praticar um esporte viril como o futebol, que exige contato físico o tempo todo.

Esse contexto acentuou as críticas de alguns cronistas esportivos e levou torcedores a questionar a relevância de Neymar para as equipes que integra, especialmente, para a seleção brasileira. Além das suas ausências em campo devido às contusões, as diversas

expulsões do craque, relacionadas à indisciplina, reforçam a ideia de que ele não se importa muito com o grupo do qual faz parte ou da sua torcida, o que para muitos fãs do esporte é uma falha imperdoável¹⁰.

Sua preocupação com beleza, moda - características comuns aos atletas da sua geração - e o choro ao fim de partidas importantes, também contribuem para afastá-lo de um ideal de masculinidade (fissurado, mas ainda presente), no qual homem não chora, não se preocupa com moda, beleza pessoal e tem suas emoções sob controle, sobretudo em situações de alto estresse.

No século passado, esperava-se que o craque da seleção comandasse sua equipe a vitórias importantes, que enchessem os torcedores de orgulho, como fez Pelé durante muitos anos. Valorizava-se a disposição dos jogadores em se doarem pelo time e pela vitória. Tal comportamento, capaz de acender o interesse do torcedor pela seleção brasileira e o orgulho de ser brasileiro, não se vê mais com a mesma frequência nos dias de hoje na seleção brasileira.

Neymar é um bom exemplo de jogador que não parece se importar com o grupo do qual faz parte ou com os torcedores do Brasil. Seu hedonismo incomoda críticos e torcedores tradicionais, mas não parece incomodar (e sim motivar) seus seguidores nas redes sociais. É possível pensar - e explorar melhor em pesquisas futuras - que, no contexto contemporâneo, os torcedores esperam de seu ídolo outra coisa que não apenas liderança em campo e títulos, ou mesmo dignidade na derrota. É possível que eles não se identifiquem apenas com uma nação, mas também fortemente com um estilo de vida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo pretendeu contribuir para uma melhor compreensão da relação entre virilidade e futebol na sociedade brasileira, tendo como vetor analítico o enquadramento midiático do jogador Neymar Júnior, efetuado pelos jornais *Super Notícias*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo* durante as cinco partidas disputadas pelo Brasil na Copa do Mundo FIFA 2018. Após o percurso de análise, nos parece plausível pensar que parte das críticas destinadas a Neymar pelos jornais analisados se ancorou no fato de o camisa 10 da seleção brasileira não se encaixar no protótipo do ‘jogador viril’, entendendo a virilidade no campo do futebol como a disposição de um jogador para dar tudo de si durante um jogo, mostrar força e garra na busca da vitória e fazer os torcedores e críticos esportivos sentirem orgulho de serem brasileiros.

O enquadramento de Neymar pela mídia sugere a coexistência de um sentimento saudosista de uma

época em que os jogadores entravam em campo por amor ao clube (Helal, 2001), ao mesmo tempo em que outros o admiram justamente por ele não se encaixar no tipo de jogador tradicional, e ser como ele é: alguém que não tem vergonha de mostrar suas emoções e fragilidades, que tem um comportamento hedonista e faz questão de alimentar sua vaidade ostentando joias, carros importados, roupas caras. Essa contradição pode estar relacionada à tensão que parece existir atualmente na sociedade brasileira em relação às definições do que é ser homem, o que é ser viril, o que é ser jogador de futebol, um esporte até pouco tempo considerado exclusividade do gênero masculino.

A expectativa sobre os ídolos de futebol, no contexto brasileiro e mundial, talvez não possa mais ser suprida apenas com o modelo tradicional, baseado em valores viris. Tal cenário sugere a possibilidade de uma nova era de ídolos do esporte bretão, na qual Lionel Messi é apontado como o melhor jogador de todos os tempos, acima de Pelé e de Maradona, apesar de nunca ter conquistado um título com a seleção principal¹¹.

Por questões de espaço e de escopo, não foi possível alargar mais as discussões teóricas que merecem

continuar acompanhando o surgimento e a consagração de novos ídolos e os valores que eles representam, bem como o modo como isso tensiona questões importantes nas relações entre futebol, mídia e sociedade. Dentre essas questões, destacamos o imperativo da vitória no futebol-resultado, os vínculos do esporte com o nacionalismo e a relação dos ídolos com torcedores ou seguidores.

Mesclando narrativas, movimentando-se por variados enquadramentos, os jornais aqui analisados nos mostraram que o momento é mais de fazer perguntas do que de ter certezas com relação a valores outrora consolidados na relação dos brasileiros com aquela que é (ou era?) a paixão nacional. Questões que precisam continuar sendo investigadas em maior profundidade para serem mais bem compreendidas.

Submetido em 28 de setembro de 2020
Acetio em 1 de julho de 2021

NOTES

¹ Disponível em: <https://forbes.com.br/listas/2020/06/25-celebridades-mais-bem-pagas-do-mundo-neymar-e-setimo/>. Acesso em: 14 Jun. 2021.

² Quando optou por não ir jovem para a Europa, foi criticado. Quando foi vendido pelo Barcelona para o *Paris Saint German*, em 2017, o mesmo cenário se repetiu. Quando menciona voltar para o time espanhol, novas críticas são disparadas.

³ Até a data de submissão deste artigo, em 1º de outubro de 2020, o perfil de Neymar contabilizava 141 milhões de seguidores.

⁴ Ainda segundo o dicionário Houaiss, virilidade é sinônimo de masculino, adjetivo utilizado para caracterizar um animal/uma pessoa que possui características próprias do macho (Houaiss; Villar, 2001: 1862).

⁵ De acordo com dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC).

⁶ O método de Panofsky possui três níveis: tomando-se, por exemplo, uma pintura de *A Última Ceia*, o primeiro nível corresponderia à percepção do quadro como uma pintura em que treze homens estão sentados à mesa. No caso do quadro *A Última Ceia*, um observador do Ocidente entenderia que a pintura dos treze homens sentados à mesa representaria o evento descrito na Bíblia como a última ceia entre Cristo e seus discípulos. O último nível ou nível do significado intrínseco leva em conta a história pessoal, técnica e cultural do analista. Segundo o historiador alemão, nesse nível é imprescindível ao analista uma capacidade de síntese, uma intuição que lhe permita unificar os significados visualizados em

uma determinada reflexão – isso é o que ele chama de “intuição sintética” (Panofsky, 2002: 62).

⁷ Disponível em: <https://sportv.globo.com/site/programas/copa-2018/noticia/brasil-permanece-na-segunda-posicao-do-ranking-da-fifa.ghml>. Acesso em: 18 Ago. 2020.

⁸ Na época em o artigo foi escrito, Lionel Messi ainda não havia conquistado nenhum título expressivo com a seleção principal do seu país, entretanto, em 2021, ele liderou a seleção argentina na final da Copa América, sendo campeão finalmente.

⁹ Durante a Copa do Mundo de 2014, no Brasil, se machucou no jogo contra o Chile e ficou de fora da fatídica partida contra a Alemanha. Na Copa seguinte, na Rússia, machucou-se pouco meses antes da estreia, o que parece ter influenciado no seu desempenho abaixo do esperado.

¹⁰ O episódio em que ele deixou sua recuperação física na França e veio se divertir no carnaval brasileiro, enquanto seus colegas disputavam jogos importantes, é um bom exemplo desse comportamento. Disponível em: <https://jovempan.com.br/programas/esporte-em-discussao/nao-e-a-situacao-ideal-diz-medico-sobre-neymar-curtir-o-carnaval-em-recuperacao-de-lesao.html>. Acesso em: 10 Ago. 2020.

¹¹ Entre as várias narrativas nessa direção, destacamos o texto publicado no portal *Lance*. Disponível em: www.lance.com.br/futebol-internacional/meia-city-exalta-messi-maior-jogador-todos-tempos.html. Acesso em: 10 Ago. 2020.

BIBLIOGRAFIA

- Barthes, R. (1990). *O Óbvio e o Obtuso: Ensaio Crítico*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Cabo, A. V. & Helal, R. (2011). "A Marca de uma Derrota: jornalismo esportivo e a construção do Maracanazo". In Helal, R., Lovisollo, H. R. e Soares, A. J. G. (Eds.). *Futebol, Jornalismo e Ciências Sociais: interações*. Rio de Janeiro: EdUERJ, pp. 95-114.
- Carvalho, C. A. (2009). "Sobre Limites e Possibilidades do Conceito de Enquadramento Jornalístico". *Contemporânea*, 7(2), pp.1-15. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneapcom/article/view%20Article/3701> Acesso em: 25 set. 2020.
- DaMatta, R. (1994). "Brasil: futebol tetracampeão do mundo". *Revista do Núcleo de Sociologia do Futebol*, pp. 7-12. Rio de Janeiro: EdUerj.
- Finger, C. & Oselame, M. (2013). "Entre a notícia e a diversão: um modelo nacional de jornalismo esportivo imposto aos programas locais". *Ciberlegenda*, 29, pp. 61-73.
- Finger, C. & Oselame, M. (2014). "Futebolização do esporte na televisão: compromisso com o jornalismo ou com os números de audiência?". *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 11(2), pp. 459-471. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2014v11n2p459>
- França, V. V. (2018). "David Luiz: valente, charmoso, bom moço". In França, V. e V. França, R. O. (Eds.). *Quem se Lembra da Copa 2014?: marcas e repercussões do acontecimento*. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG. pp. 126-129.
- França, V. V. (2006). "Sujeito da Comunicação, Sujeitos em comunicação". In Guimarães, C. e França, V. V. (Eds.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica. pp. 61-88.
- França, V. V. & Simões, P. G. (2014). "Celebidades como Ponto de Ancoragem na Sociedade Midiatizada". *Famecos*, 21(3), 1062-1081. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/16397>. Acesso em: 26 ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2014.3.16397>
- França, V. V.; Silva, T. & Vaz, G. F. F. (2014). "Enquadramento". In *Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): trajetória, conceitos e pesquisa em Comunicação*. Belo Horizonte: PPGCom/UFMG. pp.82-85. Disponível em: <https://seloppgcom.fafich.ufmg.br/novo/publicacao/grupo-depesquisa-em-imagem-e-sociabilidade/>. Acesso em: 26 ago. 2020.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkeley: The University of California Press.
- Goffman, E. (2012). *Os Quadros da experiência social: uma perspectiva de análise*. Petrópolis: Vozes.
- Helal, R. (2001). "Mídia, construção da derrota e o mito do herói". In Helal, R.,
- Soares, A. J. & Lovisollo, H. (Eds.). *A Invenção do País do Futebol: mídia, raça e idolatria*. Rio de Janeiro: Mauad. pp.149-162.
- Helal, R. (2014). "Mídia e idolatria no universo do futebol". In França, V. V., Freire Filho, J., Lana, L. & Simões, P. G. (Eds.). *Celebidades no Século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina. pp. 127-158.
- Helal, R.; Cabo, A. & Silva, C. (2009/2010). "Pra frente Brasil!: comunicação e identidade brasileira em Copas do Mundo". *Esporte e sociedade*, 13. Disponível em: <https://periodicos.ufr.br/esportesociedade/article/view/48313>. Acesso em: 26 Ago. 2020.
- Helal, R. & Gordon, C. (2002). "A crise do futebol brasileiro: perspectivas para o século XXI". *ECO-Pós*, 5(1), pp.37-55. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/1155. Acesso em: 26 Ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v5i1.1155>
- Helal, R.; Mostaro, F. & Amaro, F. (2014). "Futebol-Arte e Consumo: as narrativas presentes na campanha 'Ouse ser brasileiro'". *Mídia e Cotidiano*, (4)4, pp.105-122. Disponível em: <https://periodicos.ufr.br/midiaequotidiano/article/view/9710>. Acesso em: 26 ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.22409/ppgmc.v4i4.9710>
- Helal, R. & Soares, A. J. (2003). "O Declínio da pátria de chuteiras: futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002". *XII Encontro Anual da Compós – Anais*, Recife. Disponível em: www.compos.org.br/data/biblioteca_947.pdf. Acesso em: 26 ago. 2020.
- Houaiss, A. & Villar, M. (2001). *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva / Instituto Antônio Houaiss.
- Kessler, C. S., 2012. "Se é futebol, é masculino?" *Sociologias Plurais*, 1, pp. 240-254. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/scplpr/article/view/64807/37732>. Acesso em: 26 ago. 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/scplpr.v0i1.64807>
- Lazarsfeld, P. & Merton, R. K. (1973). "Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada". In Cohn, G. (Ed.). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo, Editora Nacional. pp.230-253.
- Marques, J. C. (2010). "A função autor e a crônica esportiva no Brasil: representações da Copa do Mundo em alguns jornais paulistas e cariocas". *Logos*, 17(2). pp.39-50.
- Marques, J. C. (2008). "A literatura invade a grande área (a crônica durante as copas do mundo de futebol)". *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 26(2), pp. 55-71.
- Mendes, A. M. (2019). *Metodologia para análise de imagens fixas*. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG.
- Mendonça, R. F. & Simões, P. G. (2012). "Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito", *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 27(79), 187-201. Disponível em: www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v27n79/a12.pdf. Acesso em: 26 ago. 2020.
- Mezzaroba, C. & Pires, G. L. (2010). "O agendamento midiático-esportivo: considerações a partir dos Jogos Pan-americanos Rio/2007". *Logos*, 17(2), pp. 124-136.
- Morin, E. (1990). *Cultura de massas no Século XX – Neurose*. São Paulo: Forense Universitária.
- Oliveira, P. P. (2004). *A Construção social da masculinidade*. Rio de Janeiro: IUPERJ.
- Padeiro, C. H. S. (2015). O predomínio do entretenimento

no jornalismo esportivo brasileiro. Dissertação (Mestrado em Estudo dos Meios e da Produção Mediática) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Panofsky, E. (2002). *Significado nas artes visuais*. São Paulo: Perspectiva.

Rojek, C. (2008). *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco.

Sartre, M. (2013). "Virilidades gregas", in Corbin, A., Courtine, J. & Vigarello, G. (Eds). *História da virilidade: a virilidade em crise*. Petrópolis: Vozes. 17-70.

Silva, E. P. C., Silva, I. A., Zamoranno, M.P., Tuzzo, S.A. (2019). "Análise do discurso da campanha 'Um novo homem todo dia' da Gillette pela ótica da Opinião Pública". Comunicação e Marketing. *XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste-Anais*. Goiânia. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2019/resumos/R66-0155-1.pdf>. Acesso em: 26 ago. 2020.

Silva, T. & França (2017). "Jornalismo, noticiabilidade e valores sociais". *E-Compós*, (20)3, pp.1-21. Disponí-

vel em: www.e-compos.org.br/e-compos/article/view-File/1398/948. Acesso em: 26 ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.1398>

Soares, J. P. F. et al, (2016). "O choro do capitão: notas sobre performatividades de gênero e masculinidades no futebol profissional". *Movimento*, 22(4), pp.1149-1161. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/Movimento/article/view/63205>. Acesso em: 26 ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.22456/1982-8918.63205>

Soares, J. P. F; Bartholo, T.; & Salvador, M. (2007). "A imprensa e a memória do futebol brasileiro". *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 7(3), pp.368-375. DOI: 10.5628/rpcd.07.03.368

Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.

Vigarello, G. (2013). "Virilidades esportivas". In Corbain, A., Courtine, J. & Vigarello, G. (Eds.). *História da virilidade III: a virilidade em crise?* Petrópolis: Vozes. pp.269-301.



Copa de 2018: Neymar, futebol e virilidade em narrativas de jornais

Coupe du monde 2018 : Neymar, football et virilité dans les récits journalistiques

The 2018 World Cup: Neymar, soccer and masculinity in journalistic narratives.

Pt. O artigo analisa narrativas de jornais brasileiros sobre os cinco jogos disputados pelo Brasil na Copa do Mundo FIFA 2018, entre os dias 17 de junho e 07 de julho daquele ano. O objetivo é compreender o tratamento dado por essas mídias à relação entre futebol e virilidade, tendo na figura do jogador Neymar Junior a âncora analítica. O objeto empírico é constituído pelas capas dos jornais *Super Notícia*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, líderes em publicação à época do campeonato. As textualidades jornalísticas veiculadas durante o período da Copa do Mundo de 2018 se apresentam como uma rica empiria, potencializando disputas simbólicas, acionamento de valores, ideais e estereótipos e a interlocução entre futebol e virilidade presentes no imaginário social. Para empreender a análise, utilizou-se um método de base semiótica semelhante ao método desenvolvido por Erwin Panofsky (2002). O procedimento contempla basicamente dois momentos: o primeiro, em que predomina a “objetividade”, considerando o tipo de objetividade possível de ser obtido em uma análise realizada por sujeitos históricos; e outro, mais subjetivo, no qual o analista faz uso das sugestões e redundâncias percebidas no primeiro momento, comparando-as com os dados de contexto (interno e externo à imagem), também levantados no primeiro momento. Como eixo teórico, foram acionadas discussões a respeito de virilidade, celebridade, enquadramento e mídia esportiva. Nas considerações finais, salienta-se que as características que definem um ídolo do futebol podem estar mudando na contemporaneidade. O surgimento e a consagração de novos ídolos e os valores que eles representam tensionam questões importantes nas relações entre futebol, mídia e sociedade. Destaca-se o imperativo da vitória no futebol-resultado, os vínculos do esporte com o nacionalismo e a relação dos ídolos com torcedores ou seguidores. É possível pensar que, no contexto contemporâneo, o público espera de seu ídolo outra coisa que não apenas liderança em campo e títulos, ou mesmo dignidade na derrota. É possível que eles não se identifiquem apenas com uma nação, mas também fortemente com um estilo de vida.

Palavras-chave: futebol, virilidade, Neymar, Copa do Mundo, seleção brasileira.

Fr. Cet article analyse le traitement journalistique des journaux brésiliens des cinq matchs joués par le Brésil lors de la Coupe du monde de football 2018, entre le 17 juin et le 7 juillet. L’objectif est de comprendre la place donnée par ces médias à la relation entre football et virilité, en ayant comme point d’ancrage la figure du footballeur Neymar. Le corpus est constitué des Unes des journaux *Super Notícia*, *Folha de São Paulo* et *O Globo*, qui étaient les plus diffusés lors de cette coupe du monde. Les discours journalistiques véhiculés pendant la période de la Coupe du monde 2018 constituent un riche corpus car ils exacerbent les disputes symboliques, mettant en confrontation valeurs, idéaux et stéréotypes. En outre, ils favorisent le lien entre football et virilité, déjà cristallisé dans l’imaginaire social. L’analyse a été menée à partir d’une approche sémiotique, sur le modèle de celle développée par Erwin Panofsky (2002). Notre méthodologie s’appuie sur deux axes : le premier, où prédomine l’« objectivité », considérant toutefois les limites de l’objectivité dans une analyse menée par un sujet historique ; et un deuxième, plus subjectif, où le chercheur part des points d’ancrage et des redondances perçus dans le premier moment, en les comparant aux données de contexte (internes et externes à l’image), également soulevées dans le premier temps. Le cadre théorique porte sur les discussions autour de la virilité, de la célébrité, du cadrage et des médias sportifs. En guise de conclusion, nous suggérons que les caractéristiques qui définissent aujourd’hui une star du football sont en plein changement. L’émergence et la consécration de nouvelles stars et les valeurs qu’elles représentent

mettent sous tension des questions importantes dans les relations entre football, médias et société. Plusieurs points sont ainsi soulignés : l'impératif de la victoire dans les résultats du football, les liens entre sport et nationalisme et la relation entre les stars et les supporters. L'analyse suggère qu'aujourd'hui, le public attend autre chose des stars, au-delà du leadership sur le terrain et des titres, ou même de la dignité dans la défaite. En effet, le spectateur s'identifie non seulement à la nation, mais aussi et surtout à un style de vie.

Mots clés : football, virilité, Neymar, Coupe du monde, équipe nationale brésilienne.

En This article analyses Brazilian press narratives about the five games played between June 17th and July 7th by the Brazilian national team during the 2018 World Cup. Its main goal is to unpack the relationship between football and masculinity, as presented in the media and embodied by the case of Neymar. The corpus consists of cover pages of the three top selling newspapers at the time of the championship : *Super Notícia*, *Folha de São Paulo* and *O Globo*. Journalistic discourses in circulation during the 2018 World Cup constitute a dense corpus and highlight the symbolic disputes between values, ideals and stereotypes. Moreover, they shed light on linkages already existing in the collective psyche between soccer and masculinity. The analysis is based on a semiotic approach, similar to the one developed by Erwin Panofsky (2002). The methodologic process consisted in two main steps: a first "objective" step - considering however the limits of objectivity in an analysis conducted by a historically defined subject; a second more subjective step, consisting in comparing anchor points and redundancies with data extracted from the context (internal and external to the imagery), both identified in the first step of the analysis. The theoretical framework encompasses themes related to masculinity, celebrity, and story framing in sports media. As a conclusion, it is suggested that characteristics defining a soccer idol are currently evolving. The emergence and consecration of new idols are questioning traditional relationships existing between the spheres of soccer, the media and society. Various aspects are underlined: the obligation to bring victory to the team, the link existing between sports and nationalism, and the relationship between idols and sports fans. The analysis suggests that today's audiences expect more from idols than just leadership on the field, titles or a dignified attitude when losing. Indeed, audiences do not identify with the nation alone anymore but rather with a whole lifestyle.

Key words: soccer, masculinity, Neymar, World Cup, Brazilian national team.

