

## Mídia, Construção da Derrota e o Mito do Herói<sup>1</sup>

**Ronaldo Helal - Professor da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj); Pesquisador do CNPq.**

**Ao citar este artigo, utilize a seguintes referência bibliográfica:**

HELAL, Ronaldo . Mídia, Construção da Derrota e O Mito do Herói. Motus Corporis (UGF), Universidade Gama Filho, Rio d, v. 5, n. 2, p. 141-155, 1998.

### 1 - Introdução

A derrota do Brasil para a França na final da Copa do Mundo de 1998 suscita algumas questões sobre as narrativas de construção de conquistas e derrotas e a representação social dos ídolos na modernidade. Sendo assim, pretendo analisar a forma como foram narrados os acontecimentos que marcaram a derrota da seleção e a cobertura do noticiário esportivo sobre o jogador Ronaldinho durante a Copa do Mundo de 1998<sup>2</sup>. Esta análise torna-se importante por duas razões. Primeiro porque entendo que a dramatização de um fato é, frequentemente, mais importante do que o fato em si na compreensão dos princípios que norteiam o imaginário coletivo. Segundo porque um olhar cuidadoso sobre o material jornalístico impresso nos ajuda a entender os recursos acionados pela mídia na construção da trajetória mítica do herói na modernidade.

Este ensaio está dividido em três partes. Na primeira faço uma apresentação sucinta da relação entre mídia e sociedade com a intenção de traçar as bases para um entendimento do esporte moderno como um fenômeno “midiatizado”. Na segunda, analiso a forma como a derrota para a França foi socialmente construída no Brasil e na terceira o foco recai sobre a representação social dos ídolos tendo como fonte de análise precípua a narrativa mítica do “drama” que envolveu o jogador Ronaldinho na partida final contra a França.

---

<sup>1</sup> Uma versão reduzida das idéias aqui apresentadas foi publicada na seção Opinião do Jornal do Brasil em 27 de julho de 1998.

<sup>2</sup> Foram pesquisados os Jornais O Globo e Jornal do Brasil. Agradeço aos meus bolsistas de iniciação científica da Uerj, Fábio Borges e Rodrigo Abreu, pela coleta e sistematização do material impresso que incluiu além dos jornais citados, o Jornal dos Sports e algumas edições da Revista Veja e da IstoÉ.

## 2 - Mídia, Sociedade e Esporte

Uma das críticas clássicas mais recorrentes elaborada pelos estudiosos da cultura de massa diz que, com o advento dos modernos meios de comunicação de massa - o que hoje convencionamos chamar de mídia - a cultura popular, essencialmente transmitida por contatos pessoais, espontânea e criativa, deixa de existir, já que aqui, no universo da indústria cultural, exige-se que um número reduzido de pessoas produzam “cultura” para uma grande maioria. Se para alguns, a cultura de massa colocava ao alcance do “homem comum” uma riqueza cultural até então limitada a pequenos grupos de elite, para os críticos, a modernidade estaria destruindo aspectos primordiais de representações e identidades culturais genuinamente populares. Muito em voga nos anos 60 e 70, este debate que chegou a dividir os contendores em dois grupos distintos alcunhados exemplarmente por Umberto Eco de “apocalípticos “ e “integrados”, necessita ser revisto nesta virada de milênio já que ele não consegue mais explicar os fenômenos cada vez mais complexos da chamada sociedade moderna dos anos 90<sup>3</sup>. Afinal, o “popular” e o “massificado” ou “espetacular”, o público “passivo” e os atores “ativos” se encontram cada vez mais fundidos dentro de uma dimensão que podemos chamar de cultura da modernidade.

O tom frequentemente apaixonado daquele debate deveu-se, certamente, às novidades e mudanças de costumes e reorganização de tempo e espaço que o desenvolvimento da mídia provocou na sociedade. Hoje, as teorias sobre comunicação de massa adotam uma perspectiva que busca mostrar que, como qualquer cerimônia tribal, os espetáculos modernos também necessitam de testemunhas (público) para legitimar seus eventos<sup>4</sup>. Mais do que meros espectadores passivos, estas testemunhas são parte integrante da “cerimônia espetacular”. Assim, mídia, público, ídolos, fãs, indivíduo anônimos e celebridades, artistas e audiência, ao mesmo

---

<sup>3</sup> Para uma análise deste debate ver as coletâneas organizadas por Rosenberg, B. e Manning-White, D. (1973), Costa Lima, L. (1982), Cohn, G. (1975) e a obra de Eco, U. (1979). A perspectiva “integrada”, assim batizada por Eco, enfatizava os benefícios causados pela democratização da informação e pela homogeneização cultural da modernidade.

tempo em que fazem parte de dimensões sócio-existenciais diferenciadas, coexistem dentro de um universo integrado onde uma parte não faz sentido sem a outra.

A perspectiva adotada aqui é a de que mídia e sociedade moderna não podem ser entendidas como departamentos autônomos, independentes entre si: a sociedade moderna é, em última instância, uma sociedade “midiatizada”. A mídia seria, assim, um espaço privilegiado de produção de discursos sociais e os espetáculo esportivos modernos um dos emblemas mais visíveis deste processo de “midiatização” de eventos culturais.

### **3 - A Construção Social da Derrota na Copa do Mundo de 1998**

A Copa do Mundo é um excelente momento para se refletir sobre o significado do futebol no Brasil, já que, nesta época, as manifestações deste esporte tornam-se muito mais intensas e dramáticas. Se pertencer a uma comunidade é “partilhar um nome, uma história e uma consciência mútua” (Gusfield in Burke, 1989, p.30), o futebol promove com exemplar eficiência esta consciência, especialmente durante uma Copa do Mundo. De fato, neste período, alternamos estados de êxtase e de agonia e invertemos muito dos valores do nosso cotidiano. As ruas da cidade, por exemplo, transformam-se em um espaço rico em demonstrações e exaltações de caráter lúdico, estimulando um forte sentido de ser membro da comunidade. Neste período, o espaço público torna-se de domínio privado, intimista, com desconhecidos comunicando-se entre si em total frenesi. Com poucas oportunidades para manifestações coletivas de sentimentos intensos, o homem moderno encontra neste espetáculo esportivo, uma experiência única e singular que ganha uma dimensão simbólica ainda maior em um país onde a totalidade, o sentido patriótico e a identidade nacional são mais facilmente atingidos nas esferas informais (DaMatta, 1979)<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Ver Lasch, C. (1983) e Rocha, E. (1995). Este último propõe um novo modelo de análise da Indústria Cultural, ao qual denomina de “perspectiva etnográfica”.

<sup>5</sup> Para uma análise das manifestações culturais do futebol no espaço urbano ver Helal (1996).

A Copa do Mundo de 1998 tinha uma particularidade especial para os brasileiros. Único país a sagrar-se campeão da competição por quatro vezes, a conquista do pentacampeonato seria a consagração “definitiva” do Brasil como o “país do melhor futebol do mundo”, já que esta era a última Copa do século.

Campeão em 1994 e com Ronaldinho eleito por duas vezes consecutivas, em 1996 e 1997, o melhor jogador do planeta, a seleção brasileira era apontada pela imprensa internacional como a favorita para ganhar mais uma Copa do Mundo. No decorrer da competição, algumas fracas atuações do selecionado tiraram do Brasil este favoritismo. No entanto, após a vitória nos pênaltis contra a Holanda nas semifinais, o clima de euforia tomou conta de vez dos brasileiros e algumas edições da mídia adiantaram os atributos que, porventura, seriam mais acionados em caso de vitória na final: a força e a grandeza da mistura de raças no Brasil<sup>6</sup>. Se na derrota de 50 estes predicados tinham sido acionados de forma negativa, nas conquistas das Copas eles foram, quase sempre, utilizados de forma positiva<sup>7</sup>. A vitória não veio e curiosamente foi a França que terminou por fazer uso de atributos multiétnicos no discurso da conquista, o que demonstra como o esporte de massa - no caso, o futebol - expressa, de forma peremptória, conflitos e sentimentos intensos latentes em uma cultura.

No entanto, a derrota da nossa seleção não trouxe à tona, desta vez, a questão da miscigenação racial do Brasil. Tristes e perplexos, diante de um fato inesperado, os brasileiros foram, pouco a pouco, construindo as razões para a derrota e terminaram por eleger um vilão principal: a mercantilização do futebol. Rumores e boatos de que o time teria “entregue o jogo”

---

<sup>6</sup> Refiro-me especialmente à edição do Jornal Nacional da Rede Globo do dia 11 de julho de 1998, véspera da decisão.

<sup>7</sup> Sobre as representações sociais da derrota de 50 ver Perdigão (1986) e sobre esta derrota e a conquista do tricampeonato em 1970 ver Vogel in DaMatta (1982). Ver também Gordon Jr. (1996 e 1995) e Soares (1998) para uma discussão sobre as representações do negro na formação da identidade nacional através do futebol.

mediante uma quantia fantástica de dinheiro oferecida pela FIFA ou pela França<sup>8</sup>; ou de que a Nike teria forçado Ronaldinho a entrar em campo sem condições físicas, passaram a fazer parte das conversas do nosso cotidiano na semana após a final. No primeiro caso, estamos diante de um raciocínio conspiratório que parece nos dizer que não valeu a pena torcer pela seleção, pois o universo do futebol é formado por dirigentes corruptos e jogadores mercenários. Já no segundo caso, os jogadores são inocentados e fazemos então um apelo aos dirigentes e patrocinadores para pensarem mais nos atletas como seres humanos e não como máquinas. Talvez por ser mais verossímil, esta segunda versão foi a que ganhou espaço na mídia. Porém, em ambas narrativas, fomos derrotados pela comercialização do futebol.

Curioso é que a derrota não pode ser explicada simplesmente porque um time jogou melhor do que outro. Utilizamos-nos freqüentemente de explicações que transcendem o campo de jogo. Afinal, somos o “país do futebol”, quatro vezes campeão do mundo e berço do atleta do século. Orgulhamo-nos disto e depositamos na seleção muito mais do que uma simples vontade de vencer uma partida de futebol.: fazemos dela um símbolo dos nossos desejos e temores. Por isso, as construções das vitórias e das derrotas da nossa seleção sejam tão reveladoras de sentimentos mais profundos, que não se esgotam em análises técnicas de partidas de futebol.

Ao explicar a perda do pentacampeonato com um discurso que acusa a mercantilização do futebol, a construção mítica da derrota na França tocou em aspectos paradoxais que permeiam, de forma implacável, o espetáculo esportivo moderno. Afinal, trata-se de um evento que combina imagens e atitudes aparentemente antagônicas que nos remetem à idéia ora de lucro, ora de paixão, ora de profano, ora de sagrado. Só que com a derrota, o imaginário coletivo brasileiro concentrou o seu foco primordialmente no lucro e no profano e terminou por gerar um

---

<sup>8</sup> Esta “notícia” foi veiculada pela Internet e ganhou contornos dramáticos no imaginário coletivo brasileiro para explicar a derrota.

abismo muito grande entre os torcedores e a complexa rede de negócios que se forma em torno do esporte<sup>9</sup>.

#### **4- A Representação Social dos Ídolos**

No bojo da narrativa mítica da derrota na França, despontou uma outra que fala da representação social dos ídolos, figuras fundamentais na produção dos eventos de massa e que exercem um enorme fascínio na comunidade. De fato, um fenômeno de massa não consegue se sustentar por muito tempo sem a presença de “heróis”, “estrelas” e “ídolos”. São eles que levam as pessoas a se identificarem com aquele evento. Eles representam a nossa comunidade, frequentemente sobrepujando obstáculos aparentemente intransponíveis.

De saída, uma diferença básica entre ídolos do esporte e ídolos de outros universos, como música e dramaturgia, se mostra reveladora. Enquanto os primeiros frequentemente possuem características que os transformam em heróis, os do outro universo raramente possuem estas qualidades. A explicação para este fato reside no aspecto agonístico, de luta, que permeia o universo do esporte. O “sucesso” de um atleta depende do “fracasso” do seu oponente. É uma competição que ocorre dentro do próprio universo do espetáculo. Ambos, ídolos do esporte e ídolos da música, se transformam em celebridades, porém, só os ídolos do esporte são considerados “heróis”. Edgar Morin (1980) e Joseph Campbell (1995) chamam a atenção para a diferença entre celebridades e heróis. Enquanto os primeiros vivem somente para si, os heróis devem agir para “redimir a sociedade”.

A narrativa clássica em torno da figura do herói fala de luta, superação de obstáculos aparentemente intransponíveis e de redenção e glória de um povo. O herói tem que cumprir sua

---

<sup>9</sup> Observemos que quanto mais o esporte se profissionaliza e transforma-se em uma grande indústria, maior a necessidade de se entender o amadorismo e a paixão dos torcedores. Do ponto de vista sociológico, estes confrontos entre o profissional e o amador, entre o lucro e a paixão, entre o sagrado e o profano, transformam o universo esportivo em um emblema da convivência de sentimentos antagônicos relevantes para se compreender os dilemas da modernidade.

missão: conceder dádivas aos seus semelhantes. Conforme colocou Campbell (1995:36) “o herói parte do mundo cotidiano e se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes”.

Esta característica do “ídolo-herói” acaba por transformar o universo do futebol em um terreno extremamente fértil para a produção de mitos e ritos relevantes para a comunidade. Dotados de talento e carisma, o que os singulariza e os diferencia dos demais, estes “heróis” são paradigmas dos anseios sociais e através das narrativas de suas trajetórias de vida, uma cultura se expressa e se revela (Helal e Murad, 1995).

Assim, a seleção brasileira chegou à França depositando as suas esperanças em duas estrelas: Romário e Ronaldinho. O primeiro, ídolo maduro, herói da conquista do tetra. O segundo, um mito internacional, o melhor do mundo por dois anos consecutivos, um “fenômeno”, como é conhecido na Itália, que tinha a missão de mostrar os seus “super poderes” na competição mais importante do universo do futebol e ajudar o Brasil a conquistar o pentacampeonato. Com a saída precoce de Romário, a missão heróica da conquista volta-se toda para Ronaldinho. Ídolo mundial e estrela maior do time, faltava ainda a ele a alcunha de herói da seleção. Aos 21 anos, muito rico e famoso, Ronaldinho - o “intermediário entre os homens e os Deuses” - teria sucumbido na partida final às intensas pressões depositadas na representação de sua figura. E aqui cabem algumas observações.

Durante a Copa, Ronaldinho foi o centro das atenções no noticiário esportivo. Com atuações consideradas razoáveis pela crítica especializada, a mídia ora especulava sobre problemas no seu joelho esquerdo, ora sobre ele “estar acima do peso” e até sobre uma possível crise no relacionamento com a namorada para justificar o rendimento abaixo do esperado pelos fãs. A juventude, o intenso assédio da imprensa e dos fãs, a fama e a riqueza precoce, quando citadas, ganhavam contornos míticos que faziam de Ronaldinho um ser ainda mais especial,

capaz de realizar façanhas inéditas que até então nenhum outro tinha conseguido. Assim, a imprensa ressalta a sua “maturidade de veterano” e diz que ele é “incapaz de fazer promessas mirabolantes e deitar falação sobre adversários só para chamar atenção da mídia. É um astro natural e, com isso, o mundo o reverencia” (Jornal do Brasil , 23/06/98). A mídia recorre ainda a comentários de ídolos do passado sobre sua personalidade “madura”, como por exemplo no destaque dado a esta afirmação de Zico: “ele é muito tranquilo, tem personalidade, parece estar preparado para toda esta cobrança mesmo com 21 anos de idade”(Jornal do Brasil, 02/07/98).

É verdade, no entanto, que em outras ocasiões, estas características - juventude, assédio da imprensa e dos fãs, fama precoce - eram vistas como obstáculos ainda a serem superados pelo candidato a herói.<sup>10</sup> Porém, nesta alternância de atitudes em relação a estas mesmas características, a tendência predominante na mídia até a partida final era a ênfase na condição de “veterano”, de “jovem, mas maduro”, de “preparado para superar desafios”, do extraordinário jogador.

No dia do jogo contra a Holanda, pelas semifinais, ficamos sabendo, por exemplo, que Ronaldinho desejaria dedicar o título mundial para as crianças do Brasil: “o que Pelé fez quando marcou o milésimo gol, Ronaldinho pretende repetir 29 anos depois, caso o Brasil vença hoje a Holanda e no domingo conquiste a Copa: dedicar o título às crianças carentes do Brasil”(Jornal do Brasil, 07/07/98). Assim, na “crônica da vitória anunciada”, relembramos do gesto de Pelé no passado e começamos a preparar o “coroamento” de Ronaldinho como o novo “rei do futebol”. Nesta mesma edição, ficamos sabendo ainda que “o Fenômeno está tranquilo. A ansiedade, que existe não fica muito evidente na fisionomia ou no olhar. ‘Estou aqui para ajudar. A Seleção é um grupo e não depende apenas de mim’”(Jornal do Brasil, 07/07/98). Tranquilidade, humildade e altruísmo são características que vão compondo o perfil da conduta exemplar que exigimos do

---

<sup>10</sup> Ver por exemplo a coluna de Sergio Noronha “Neném Dodói” no Jornal do Brasil de 27 de junho de 1998, a de Oldemário Touguinhó “A Dor do Sucesso” no Jornal do Brasil de 30 de junho de 1998 e a entrevista do jogador Dunga, capitão da seleção, publicada no Jornal do Brasil de 2 de julho de 1998.



candidato a herói. Porém, ao mesmo tempo em que demonstra estas qualidades, Ronaldinho não deixa de lado a ambição de ser sempre o melhor, de se superar, de quebrar recordes: “com 21 anos posso ser bicampeão mundial agora e, como sou jovem, chegar a quebrar algum recorde. O Zagallo se orgulha de ser tetra e quer o penta. Eu também posso chegar a isso, somente como jogador. Não gosto de ficar fazendo projetos, mas esta possibilidade existe”. Mais uma vez, a pouca idade é valorizada como um atributo que o distingue dos demais ídolos sendo complementada com uma atitude madura, serena e humilde.

Após a vitória nos penáltis e com uma boa atuação de Ronaldinho contra a Holanda, a narrativa da mídia ganha contornos nítidos para transforma-lo no herói que tinha a missão de trazer o pentacampeonato para o Brasil:

*“Ao mesmo tempo em que driblava zagueiros, marcava gols e fazia jogadas inesquecíveis, Ronaldinho se acostumou a ouvir todo tipo de crítica. Diziam que o craque estaria acima do peso. Afirmaram que Ronaldinho não estaria jogando na Copa do Mundo o que se espera de um jogador considerado o melhor do mundo. Até intromissões em seu namoro com a modelo Suzana werner, Ronaldinho teve que ouvir. A resposta aos críticos - muitos deles, exagerados - veio após os 120 minutos jogados contra a Holanda(...)Ronaldinho sabe que sempre esteve ligado a cobranças. O falatório em torno de seu nome aumentou na Copa. Praticamente todas as revistas esportivas da Europa estampam a foto do craque na capa. ‘Aprendi a conviver com cobranças. Foi assim quando fui para o Internazionale. Diziam que eu não me adaptaria ao estilo do futebol italiano, que tem marcação mais dura que na Espanha’” (Jornal do Brasil, 08/07/98.*

Monta-se, assim o palco para o surgimento do super herói. Jovem, extremamente talentoso, humilde mas ao mesmo “ambicioso”, “maduro”, acostumado a “conviver com cobranças”, Ronaldinho era a grande esperança dos brasileiros e o temor dos adversários: “embora muita gente diga que ele ainda não desencantou neste Mundial, Ronaldinho impõe respeito. E temor. É como se todos os adversários temessem que o vulcão despertasse, por azar,

justamente durante suas partidas contra o Brasil” (Jornal do Brasil, 10/07/98). Na edição de 12 de julho de 1998, dia da partida final contra a França, o jornal O Globo destaca uma foto do astro posando com um pôster de Madre Teresa de Calcutá, enfatizando que Romário fez o mesmo em 1994 e que a foto seria doada à manutenção do hospital com o nome da religiosa, na Índia. Ora, o “herói do penta” repetindo o gesto do “herói do tetra”. A saga do herói não termina e deve ser continuada por alguns eleitos.

Ciente de sua missão, Ronaldinho diz que está “disposto a morrer em campo. Não importa se está doendo o joelho ou o tornozelo, o que importa é o jogo”<sup>11</sup>. E a edição da mídia complementa: “o melhor do mundo espera corresponder às expectativas de 160 milhões de brasileiros e conquistar o penta hoje”(O Globo, 12/07/98).

O Brasil perdeu de 3 a 0 para a França e Ronaldinho, como todo o time, teve uma atuação muito fraca. E aí começamos a montar um outro palco para a saga do herói. Algumas passagens merecem ser destacadas por serem paradigmáticas da forma como a mídia explicou o “fracasso” do “mito”.

*“O fenômeno é muito mais humano do que gostaria a brava gente brasileira. Ronaldinho sentiu a pressão de ser o melhor do mundo e estar decidindo o Mundial. Teve problemas neurovegetativos (segundo o jargão médico) que resultaram em complicações estomacais e até convulsões - tudo causado pela ansiedade (...) Aos 21 anos, o Fenômeno sentiu o peso das cobranças. A juventude do maior craque brasileiro é uma razoável explicação para seu mau desempenho”* (Jornal do Brasil, 13/07/98)

*“Solitário na concentração, Ronaldinho passava horas a fio navegando na Internet, onde entrava em grupos de conversação (...) O certo é que foi ali, diante de um computador, que Ronaldinho extravasou suas emoções em momentos de alegria e de tristeza - coisa pouco usual para um jogador de 21 anos. Por mais que gostasse de*

---

<sup>11</sup> Na Grécia antiga era o desejo do guerreiro morrer jovem em batalha para poder ser mitificado como herói. Ver Vernant (1978)

*informática ou que visse naquilo uma terapia ocupacional,. Ronaldinho fez do computador e não de algum companheiro, seu maior amigo na concentração” (O Globo 14/07/98)*

*“Às vésperas da partida contra a Dinamarca, os empresários do jogador começaram a temer por Ronaldinho. Sabiam que ele não tinha coisa alguma nos joelhos que pudesse comprometer suas atuações e estranhavam o fato de ele não manter a regularidade(...) ‘O Ronaldo puxou para ele a responsabilidade de levar o Brasil ao título. A saída do Romário aumentou a responsabilidade e ele acabou vencido pelo lado emocional. Ele foi um guerreiro e fez o que pôde’ - disse Pitta”(empresário do jogador). (O Globo, 14/07/98)*

*“Nélio, pai de Ronaldinho e acostumado a só ter boas notícias do craque, teve uma noite de pesadelo. Viu o seu filho, chamado por muitos de Fenômeno e tratado pela mídia como um super-homem cercado de dinheiro e belas mulheres, se transformar de novo no menino desamparado em busca do colo paterno - ele passou em claro a noite da derrota (...) ‘Ronaldo não parava de chorar, só queria ficar abraçado comigo. Dizia: me abraça pai, por favor. Acordava toda hora e pedia mais abraço, mais carinho, ele praticamente dormiu abraçado comigo. Ficava repetindo que queria dar essa Copa ao Brasil, eu queria pai. Foi horrível’, disse o pai do maior jogador do mundo, que viajou no avião da seleção (...) Na hora da dor, Sônia (mãe do jogador) também transforma o jovem Fenômeno de 21 anos em criança carente. ‘É hora da família dar uma força para o menino’”(Jornal do Brasil, 14/07/98).*

*“A maneira como Ronaldinho atendeu à imprensa ontem, por trás das grades do condomínio em Jacarepaguá, reflete o estado do espírito do craque. ‘Parece que estou numa prisão. Estão tentando botar em mim a culpa pela derrota’, protestou (...) ‘Ele é apenas um garoto de 21 anos que tem o direito de levar uma vida um pouquinho normal’, pediu o empresário do jogador Reinaldo Pitta” (Jornal do Brasil, 17/07/98)*

Nestas passagens observamos que na “derrocada” do ídolo, os fãs “descobrem” que o mito é um “mortal”, um “homem como outro qualquer”, que tem suas fraquezas, passa mal, dorme abraçado ao pai nos momentos difíceis, sofre de solidão, sente-se aprisionado e ainda, de

forma emblemática, trata-se apenas de “um menino”. Assim, na “queda” do ídolo, presenciamos a sua “humanização”. Ao invés do super-homem Ronaldinho, “descobrimos” Ronaldo, o homem, o mortal. Os fãs se familiarizam com ele e muitos querem lhe dar colo<sup>12</sup>.

Nesta inversão, abrimos, sem nos darmos conta, o caminho para a trajetória heróica do ídolo Ronaldinho. O mito do super-homem, o das histórias em quadrinhos, por exemplo, exerceu todo o seu fascínio justamente por ele viver entre os homens sob as falsas vestes do jornalista Clark Kent. Conforme análise do escritor e teórico da comunicação, Umberto Eco, Clark Kent é um tipo “aparentemente medroso, tímido, de medíocre inteligência, um pouco embaraçado, míope” e, por isso mesmo, através de um processo de identificação, qualquer um pode nutrir “secretamente a esperança de que um dia, das vestes da sua personalidade, possa florir um super-homem capaz de resgatar anos de mediocridade” (Eco, 1979: 247/248). É como se o problema de Ronaldinho aproximasse o ídolo dos fãs, que o vêem, neste momento, como um tipo comum, aumentando, assim, a identificação e lançando as bases para sua trajetória heróica, já que, em tese, as provações são concebidas para ver se o pretendente a herói pode realmente ocupar o “cargo”. Pelo menos, neste instante, o ídolo cumpre a função de agrupar em torno da sua figura as diferenças de uma sociedade que se solidariza com seu drama.

Além de seu extraordinário talento, o que o singulariza dos demais “astros” de sua geração, Ronaldinho tornou-se “fenômeno”, por ter construído em tão pouco tempo de vida, uma trajetória marcada por contratos milionários e uma expressiva popularidade internacional. Foi preciso experimentar um “fracasso”, para que a sociedade se desse conta de que por detrás da figura mítica do ídolo, encontra-se o homem - ou o “menino” - Ronaldo. E, a partir daí, montar uma outra trajetória para o mito do herói.

---

<sup>12</sup> A imagem de Ronaldinho como um menino aparece diversas vezes inclusive em análises de alguns colunistas. Ver, por exemplo, o artigo “Apenas um Jovem” de Paulo César Vasconcellos (Jornal do Brasil, 15/07/98) e o artigo “Pobre Rapaz Milionário” de Villas-Bôas Corrêa (Jornal do Brasil, Seção Opinião, 26/07/98).

Desta forma, o processo de humanização do mito elaborado pela sociedade imediatamente após o “fracasso” do craque na final da Copa do Mundo, lança as bases para uma nova narrativa mítica em torno de Ronaldinho como o herói da seleção. Para Campbell, estas situações de “afastamento” tornam-se necessárias para que o herói “volte renascido, grandioso e pleno de poder criador” (Campbell, 1995: 40). A trajetória de Ronaldinho, iniciada primeiro como mito, passa a ganhar agora um contorno mais humano, que fala de desafios, provações e superação de obstáculos, fundamentais na construção da narrativa mítica da saga do herói.

### **Bibliografia**

#### **Campbell, Joseph**

1995 - *O Herói de Mil Faces* - São Paulo, Cultrix.

#### **Cohn, Gabriel (org.)**

1977 - *Comunicação e Indústria Cultural* - São Paulo, Companhia Editora Nacional.

#### **Costa Lima, Luis (org.)**

1982 - *Teoria da Cultura de Massa* - Rio de Janeiro, Paz e Terra.

#### **Eco, Umberto**

1979 - *Apocalípticos e Integrados* - São Paulo, Perspectiva.

#### **Gordon Jr., Cesar.**

1996. “Eu já fui preto e sei o que é isso”. *Pesquisa de Campo*, 3-4:65-78. Revista do Núcleo de Sociologia do Futebol, IFCH, UERJ.

\_\_\_\_\_. 1995. “História social dos negros no futebol brasileiro”. *Pesquisa de Campo*, 2:71-90. Revista do Núcleo de Sociologia do Futebol. IFCH, UERJ.

#### **Gusfield, Joseph**

1989 - “Introduction” in Burke, Kenneth - *On Symbols and Society* - Chicago, Chicago University Press.

#### **Helal, Ronaldo**

1996 - “Futebol, Cultura e Cidade” - *Revista Logos* nº 5, Faculdade de Comunicação Social UERJ.

**Helal, Ronaldo e Murad, Mauricio**

1995 - “Alegria do Povo e Don Diego: reflexões sobre o êxtase e a agonia de heróis do futebol” - in *Pesquisa de Campo* número 1 - Núcleo de Sociologia do Futebol/Departamento Cultural, UERJ.

**Lasch, Christopher**

1980 - *A Cultura do Narcisismo* - Rio de Janeiro, Imago.

**Morin, Edgar**

1980 - *As Estrelas de Cinema* - Lisboa, Horizonte.

**Perdigão, Paulo**

1986 - *Anatomia de Uma Derrota* - São Paulo, L & PM Editores.

**Rocha, Everardo**

1995 - *A Sociedade do Sonho* - Rio de Janeiro, Mauad.

**Rosenberg, Bernard e Manning -White, David (orgs.)**

1973 - *Cultura de Massa* - Rio de Janeiro, Cultrix

**Soares, Antonio Jorge Gonçalves**

1998 - *Futebol, raça e nacionalidade: releitura da história oficial*. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Educação Física, Universidade Gama Filho. Rio de Janeiro.

**Vernant, Jean Pierre**

1978 - “A Bela Morte e o Cadáver Ultrajado”, in *Discurso* - Departamento de Filosofia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, n° 9.

**Vogel, Arno**

1982 - “O Momento Feliz: reflexões sobre o futebol eo ethos Brasileiro” in DaMatta, Roberto (org.) - *Universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira* - Rio de Janeiro, Pinakotheke.