



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

PEDRO PAULO DE CARVALHO MARRA

CONSTRUÇÃO DO BRILHO E DO OCASO NA IMPRENSA ESPORTIVA
Estudo sobre reportagens a respeito de narrativas sobre “jogadores-
promessas” e depois transformados em “decepções”

BRASÍLIA
2017

PEDRO PAULO DE CARVALHO MARRA

CONSTRUÇÃO DO BRILHO E DO OCASO NA IMPRENSA ESPORTIVA

Estudo sobre reportagens a respeito de narrativas sobre “jogadores-promessas” e depois transformados em “decepções”

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
para obtenção do título de Bacharel do
curso de Comunicação Social com
habilitação em Jornalismo do Centro
Universitário de Brasília (UniCEUB).
Orientador: professor Me. Luiz Claudio
Ferreira.

BRASÍLIA

2017

PEDRO PAULO DE CARVALHO MARRA

CONSTRUÇÃO DO BRILHO E DO OCASO NA IMPRENSA ESPORTIVA

Estudo sobre reportagens a respeito de narrativas sobre “jogadores-promessas” e depois transformados em “decepções”

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
para obtenção do título de Bacharel do
curso de Comunicação Social com
habilitação em Jornalismo do Centro
Universitário de Brasília (UniCEUB).

Aluno: Pedro Paulo de Carvalho Marra

BRASÍLIA, 22 DE NOVEMBRO DE 2017.

BANCA EXAMINADORA

Professor (a): Luiz Claudio Ferreira

Orientador

Professor (a): Sérgio Euclides

Examinador

Professor (a): Bruno Nalon

Examinador

Dedico este trabalho aos meus pais Antonilia e Paulo, que me passaram a educação que construiu o meu caráter. Exemplos de vida sempre ao meu lado para eu poder guiar cada passo da minha caminhada até aqui.

AGRADECIMENTOS

Quando adolescente, assistia programas esportivos, adorava ver as entrevistas após as partidas dos técnicos, jogadores e ficar antenado nos mais variados assuntos que permeia o futebol. Acredito que isso me fez entrar para essa área que tanto me admira pela importância social. Mas nenhuma dessas experiências brevemente citadas anteriormente seriam possíveis sem o incentivo dos meus pais.

Nesse período de graduação, não desisti de cada desafio, seja em provas e trabalhos com colegas. Alguns que até viraram amigos pessoais e que carrego ótimas memórias de semestres que foram inesquecíveis. Diversão. Acho que essa palavra pode resumir o meu sentimento ao longo do curso.

Posso simplesmente resumir as minhas palavras em forma de gratidão por todo o aprendizado junto aos demais professores que tiveram o tempo para passar os devidos ensinamentos. Claro que aprendi muito com os meus erros e questionei quando achava necessário e fui questionado quando menos esperava. Jornalismo foi e é uma escola para mim.

Seria injusto não citar as experiências práticas que tive. Todas foram significativas para a minha experiência e crescimento intelectual. Especialmente aos profissionais do *Jornal de Brasília*, uma escola de jornalismo. A tão sonhada editoria de esportes foi o lar do meu aprendizado. No caderno de Torcida, tive a oportunidade de ser repórter do editor Roberto Wagner, jornalista que demonstrou para mim que há como não levar a rotina tão a sério. Cobranças e conselhos surgiam e aproveitei ao máximo.

Agradeço à minha namorada por me mostrar que a vida pode ser simples, vista com paixão e saber olhar o próximo de forma humana. Também por me ouvir nos momentos de tensão e dar o total apoio nas minhas decisões profissionais. Obrigado Samare Campos, por ter sido o meu alicerce durante boa parte da minha graduação.

Por último, mas não menos importante, agradeço ao meu professor e orientador desta pesquisa Luiz Claudio Ferreira, que me auxiliou num trabalho difícil mas proveitoso. Luiz, o jornalista, pai e ser humano sensacional que me deu apoio nas dificuldades e comemorou alegrias. Me ajudou a conseguir

vagas de estágios, deu conselhos sobre texto, apuração, a forma de entender o que é jornalismo. Foi um grande amigo que fiz na área e pretendo administrar a vida de forma equilibrada, como o mesmo faz. Eu agradeço em ter sido o seu aluno, este trabalho foi uma diversão.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar reportagens em plataforma on-line sobre a construção de três jogadores de futebol (Lulinha, Jean Chera e Keirrison) como personagens em dois momentos para efeito de comparação: quando trazidos como jovens “promessas” e depois, quando relacionados a fracasso ou decepção. No início da carreira (reportagens nos anos de 2006, 2007, 2008 e 2010) e quando houve representações de fracasso (anos de 2010, 2015, 2016 e 2017). Esse foi o critério de inclusão da amostragem. Os materiais foram encontrados nos veículos *Folha de S. Paulo*, *Globoesporte.com*, *iG*, *Lance*, *TV Globo* (matéria on-line do programa *Globo Repórter*) e *UOL*. Como estratégia metodológica, os conteúdos foram divididos em três categorias: “grupo de análise 1” (reportagens sobre Lulinha), “grupo de análise 2” (reportagens sobre Jean Chera), e “grupo de análise 3” (reportagens sobre Keirrison). A conclusão principal é de que cabe aos jornalistas esportivos cobrirem histórias de revelações esportivas com teor mais social e terem o cuidado em refletir sobre o tom das expressões a respeito dos “jogadores promessa”. Além disso, torna-se fundamental buscar maior nível de contextualização ao invés de rotular atletas como “decepções”

Palavras-chave: futebol; carreira; expressões; jornalismo; promessa; fracasso.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
1 O JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL.....	12
2 JORNALISMO DIGITAL.....	17
3 OLIMPIANOS, FORMAÇÃO DE ÍDOLOS, OS HERÓIS DA TV.....	22
4 JORNALISMO ESPORTIVO E INDÚSTRIA CULTURAL.....	27
4.1 DIMENSÃO SOCIAL DO ESPORTE.....	32
5 AGENDAMENTO DE CRAQUES E NEWSMAKING.....	34
6 METODOLOGIA.....	39
7 ANÁLISE DOCUMENTAL.....	54
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	69
REFERÊNCIAS	72
ANEXO A - CARREIRA DOS JOGADORES.....	77
ANEXO B - MATÉRIAS UTILIZADAS NA PESQUISA.....	82

INTRODUÇÃO

A formação de um “herói” no jornalismo esportivo brasileiro tem relação com a revelação de jogadores da categoria de base dos clubes, onde as consideradas promessas a craques têm a oportunidade de se destacarem e alavancar a carreira.

É compreensível a expectativa ligada a jovens promissores, em certos casos, tratados como esperança para torcidas e para as famílias dos atletas. Porém, cabe à mídia esportiva saber dosar o tom de realidade e projeção. Por meio de reportagens on-line, é necessário observar a veemência com os fatos e como é feito o agendamento midiático. Principalmente, em cima de um setor da sociedade que forma opiniões e paixões. Uma premissa de pesquisa é que o jornalismo deveria estimular práticas ligadas à saúde e ao convívio social e não apenas surgir como revelador de produtos.

O jornalismo esportivo, – que fora tratado com desleixo no início da histórica profissão de comunicador – tem por papel, não só noticiar o placar da última rodada de um Campeonato Brasileiro. É sob esse olhar que se desenvolve a presente pesquisa, que traz no cerne um incômodo inicial: quais os tons dos discursos utilizados nas reportagens sobre as “promessas do futebol”?

Foram selecionados como amostragem materiais jornalísticos sobre histórias de três jogadores: Lulinha, Jean Chera e Keirrison porque foram encontradas reportagens em diferentes momentos sobre esses atletas para efeito de comparação. No início da carreira (reportagens nos anos de 2006, 2007, 2008 e 2010) e quando houve representações de fracasso (anos de 2010, 2015, 2016 e 2017). Esse foi o critério de inclusão da amostragem. Os materiais foram encontrados nos veículos Folha de S.Paulo, Globoesporte.com, iG, Lance, TV Globo (matéria on-line do programa Globo Repórter) e UOL. O motivo das escolhas se deve a relação com o tema do trabalho e as expressões textuais presentes no decorrer das reportagens, seja no título, subtítulo, lead ou ao longo do texto.

Dada à devida importância, o estudo tende a refletir que a publicação de uma matéria esportiva sobre uma promessa teria, em tese, relevância

social ao prestar serviço sobre o estímulo à prática esportiva. Mas é nesse quesito que surge outro problema de pesquisa: é possível identificar se os recursos de apuração desse tipo de texto podem criar prognósticos que não colaborariam para o interesse público e gerariam problemas para a compreensão dos fatos além de “fulanizações” dos problemas?

A questão pode ser considerada de relevância social, conseqüentemente, em vista de que a repercussão pode influenciar no diálogo de torcedores. Discernir o que é válido expor numa reportagem refere-se a repensar a forma de se fazer jornalismo quando a arquibancada é o leitor, o campo é o teclado e o jogador forma as palavras com os lances. Parte-se de uma premissa de que o jornalista deve organizar os acontecimentos, de forma que as informações não possuam contextos ilusórios ao leitor.

Com isso, o objetivo geral do trabalho é analisar reportagens em plataforma on-line sobre a construção de jogadores de futebol como personagens em dois momentos: quando trazidos como jovens “promessas” e depois, quando relacionados a fracasso ou decepção. Nesse percurso, foram observados os materiais quando faziam parte do elenco da base dos clubes onde atuaram a fim de identificar quais foram os atributos ligados ao atleta para discutir se a cobertura jornalística se ateve a elementos presentes ou a projeções de futuro. Além disso, esses materiais foram comparadas as reportagens sobre o ocaso dos atletas.

Outra questão objetiva é da necessidade de uma análise do discurso jornalístico. Os adjetivos que exaltam os jogadores poderiam pesar para uma formação de ídolo precoce? A expectativa criada em relação aos atletas, cabe a mídia esportiva brasileira tomar cuidado na hora de publicar sobre o primeiro gol, os dribles ou a personalidade do atleta? O ponto central da discussão permeia esses questionamentos, que poderiam originar infinitas outras perguntas sem uma resposta exata. Pois a proposta de analisar a mídia, – enquanto formadora de opinião –, é presença marcante ao longo da pesquisa.

Tendo como base o papel do jornalismo esportivo na formação de ídolos, a pesquisa busca, de forma ainda específica, compreender que tipo de jornalismo é feito pelos maiores veículos on-line no Brasil. Tratar sobre as

características da indústria cultural nos esportes pode ser outro pilar de sustentação do tema.

Outro aspecto que não se pode deixar de contextualizar é a relação de audiência entre esportes e outros assuntos, como nas matérias e/ou programas esportivos em comparação com demais editorias como a de política. Qual será real relevância da editoria de esportes no meio jornalístico?

Em relação à organização da pesquisa, o trabalho está dividido da seguinte forma: o primeiro discute o jornalismo esportivo no Brasil (jornalismo da agenda de jogos). O segundo traz a formação dos ídolos no esporte, o que no terceiro tem uma relação com a influência da indústria cultural. E qual o motivo para que se venda tanto esporte na mídia? Esse ponto terá suporte para analisar a dimensão social que o futebol representa à sua volta, além de idealizar o fracasso pesa tanto quanto idealizar o sucesso, fica a cargo da mídia focar a atenção para um dos extremos, presentes na realidade dos jogadores. É nesse sentido em que o agendamento de notícias entra no trabalho, que ainda conta, com o acréscimo da também teoria comunicacional do newsmaking. Por isso, o modo de se fazer notícia tem a precondição em passar informação. Mas, descrever a atuação de uma promessa ou o modo de comunicar o primeiro gol da mesma, precisa que a jogada comece lá atrás, com a tática de apuração baseada em se fazer jornalismo.

1 O JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL

No início da cobertura esportiva no país, a fama do futebol não chegava a ser assunto para estampar manchetes. Contudo, alguns veículos já começavam a ter visibilidade, embora, com espaço reduzido nos meios de comunicação da época. “A importância dos veículos que se dedicavam ao esporte começou mais cedo, no entanto. Em São Paulo, na década de 1910 havia páginas de divulgação esportiva no jornal *Fanfulla*” (COELHO, 2003, p. 8). Para Lopes (2015) o jornalismo esportivo no Brasil contava com um certo desprezo de outras editorias ditas mais “nobres”.

Em 1925, o futebol já era o esporte nacional. O Brasil havia sido bicampeão sul-americano em 1919 e, em 1922, faltavam apenas cinco anos para o início da primeira Copa do Mundo, mas o profissionalismo só chegaria ao país oito anos mais tarde (COELHO, 2003, p. 10).

Junto da iniciação da cobertura esportiva no país, vieram outros jornais, principalmente, da região sudeste do país. Um deles era o *Jornal dos Sports*, fundado no Rio de Janeiro durante os anos 30 pelo jornalista Mário Filho. Coelho (2003) defende que foi o primeiro a lutar ferozmente contra a realidade que tomou conta de todos os diários esportivos a partir daí. No mesmo período, na Copa de 1938 na França, o país era destaque na imprensa mundial, o que despertou interesse pela divulgação do futebol.

Para elucidar em que momento o jornalismo esportivo teve começo a nível internacional, Silveira (2009) conta que o primeiro jornal nasceu em Paris, no ano de 1928, chamado *Journals des Haras*. “Em 1852, na Inglaterra, cria-se o primeiro diário esportivo, *Sportman*. A Espanha não escapou à onda do esporte e, em 1856 publica a revista *El Cazador*”. Outras conquistas viriam mais à frente, como relata o autor:

Um dos feitos mais significativos que representam a importância do esporte foi a inclusão, em 1895, de páginas esportivas no *The New York Journal*. Como as vendas aumentaram significativamente, os concorrentes se viram obrigados a também publicar. Assim, as páginas internas começaram a ter espaço diário para o esporte. E 1926, *The New York Times*, publicou na primeira página e em colunas, com direito à fotografia do boxeador Gene Tunney e um carro, recebendo homenagens dos torcedores que festejavam a vitória dele (SILVEIRA, 2009, p. 20).

Sendo assim, a dificuldade para a classe de jornalistas esportivos garantir o devido espaço persistia no século passado. Para Coelho (2003) dirigir redação esportiva queria dizer “tourear” a realidade. Lutar contra o preconceito de que só os de menor poder aquisitivo poderiam tornar-se leitores desse tipo de diário.

Só no fim da década de 1960, os grandes cadernos de esportes tomaram conta dos jornais. Ou melhor: em São Paulo, surgiu o *Caderno de Esportes*, que originou o *Jornal da Tarde*, uma das mais importantes experiências de grandes reportagens do jornalismo brasileiro (COELHO, 2003, p.10).

O êxito conquistado nas páginas dos jornais influenciou a veiculação também na mídia falada. Os radialistas eram proibidos, no começo, a “transmitir diretamente do local dos acontecimentos. A televisão também percebeu que o esporte seria um grande trunfo para a conquista de audiência” (SILVEIRA, 2009, p. 21).

Embora a luta por uma credibilidade maior continuasse ao longo do tempo, o espaço dedicado à editoria de esportes era limitado ao que era possível. “Evidentemente não havia na época a cultura dos grandes jornais de hoje, com cadernos inteiros dedicados aos esportes. Havia pequenas colunas, mais por questão de espaço do que por falta de interesse” (COELHO, 2003, p.11). “Preconceito ou desvalorização de uma editoria tão importante para o jornal? Fato é que o Jornalismo Esportivo é, muitas vezes, desprezados pelos próprios colegas, que o consideram uma editoria menor” (SILVEIRA, 2009, p. 53). Embora tal contexto não seja um fator relevante, o jornalismo em si, não precisaria levar em consideração as diferenças de cada editoria. É o que defendem Barbeiro e Rangel (2006).

Jornalismo é jornalismo, seja ele esportivo, político, econômico, social. Pode ser propagado em televisão, rádio, jornal, revista ou internet. Não importa. A essência não muda porque sua natureza é única e está intimamente ligada às regras da ética e ao interesse público (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 13).

“A produção de uma matéria esportiva, portanto, passa pelos mesmos processos que uma matéria de qualquer outra editoria [...]: pauta, apuração e redação” (UNZELTE, 2009, p. 17). Depois dos anos 2000, a marca do jornalismo esportivo se deu por uma atratividade única em forma de atributo

da notícia em potencial: a espetacularização da cobertura midiática. Tal característica tornou-se marcante quando foi preconizada por um meio de comunicação em específico, a televisão. Em que transmitia conteúdo na “[...] era do jornalismo esportivo do infoentretenimento. O objetivo já não era buscar, apurar, redigir e divulgar as informações, mas, sim, divertir, distrair e entreter o telespectador” (OSELAME, 2012, p. 6).

Outro quesito a ser mencionado neste item, é a forma como a notícia é colocada em segundo plano, para dar preferência a um “engraçadismo”, estilo adotado pela Rede Globo de Televisão. Entreter o público é um padrão empresarial estabelecido aos funcionários (produtores, repórteres e apresentadores) em programas como o Globo Esporte. De acordo com Oselame (2012) a opção por essa linha editorial “autoriza” o jornalista a abusar de trocadilhos, piadas, expressões dúbias, efeitos de edição e brincadeiras que nem sempre são compreendidas pelo público.

Mas um ponto a se elencar na discussão é o abandono desse conteúdo por parte do telespectador quando aquilo não for mais interessante. Para Aquino (2012) no momento em que o tédio falar mais alto, o telespectador simplesmente voltará ao Chaves ou buscará outra alternativa para se divertir. Não terá piada que segure.

A relação entre colegas de outros setores do jornal já é um sinal de como o jornalista esportivo é visto no ambiente de trabalho. E os cadernos de esportes sofrem com um menor prestígio entre os demais. “O profissional enfrenta o preconceito dos próprios colegas [...], e também do público, que costuma tratar o comentarista ou repórter esportivo como mero palpiteiro” (COELHO, 2003, contracapa).

Tal modo de se informar acontecimentos, tem uma consequência direta, que seria o humor desmedido, de um conteúdo – a princípio – jornalístico. Para Oselame (2012), nesse processo, ao perseguir o objetivo de fazer rir em detrimento da missão de informar, os jornalistas arriscam o maior patrimônio que podem amealhar: a credibilidade. Uma segunda consequência do “engraçadismo” é a limitação da criatividade.

Por esse motivo, que o jornalismo não deve ser confundido com humorismo. Até mesmo porque, a função exercida pelo jornalista não se

modificou ao longo do tempo, “ela continua sendo a de informar os fatos com objetividade e qualidade ao público, e não de transformar um programa esportivo em um circo, por exemplo” (AQUINO, 2012, p. 11).

Podemos tomar como exemplo o destaque dado ao corte de cabelo de um jogador, o que seria um mero detalhe. Como ressalta Lopes (2015), a opinião do torcedor sobre as condições dos meios de transporte no entorno do evento vai de encontro ao que podemos definir como “bom jornalismo”. O “problema maior está em desvalorizar a notícia privilegiando cada vez mais os conteúdos de infoentretenimento, relegando o jornalismo, dessa forma, a uma posição de mero coadjuvante” (OSELAME, 2012, p.13).

Pode parecer até “óbvio” que a notícia esportiva tenha que estar ligada à beleza do seu espetáculo. Mas para Souza (2006), o ato de se limitar somente a esta vertente é fechar um leque de temas ricos que envolvem o esporte.

Hoje, os jornalistas que trabalham com esporte não estão presentes apenas nas redações ou cobrindo os treinos das equipes. Tornaram-se também assessores de imprensa dos clubes, federações e dos próprios jogadores e técnicos, para quem passaram a trabalhar como responsáveis por sua comunicação com a mídia. Colhem estatísticas e informações da vida desses profissionais, desenvolvem todo tipo de conteúdo para seus sites, divulgam notas oficiais em nome deles. Tudo isso é campo de trabalho (UNZELTE, 2009, p. 135).

Atualmente, “[...] a editoria antes relegada aos mais jovens ganhou um status que acompanhou a evolução do esporte e dos consumidores de competições esportivas em todo o mundo” (LOPES, 2015, p. 41). Ainda segundo o autor, a possibilidade de produzir materiais jornalísticos diferentes do factual é outra nuance da área.

Nos últimos anos, coberturas jornalísticas vêm desvendando cada vez mais problemas que envolvem desde gastos públicos mal explicados a subornos de juízes em partidas de futebol. A vigilância exercida pelo jornalismo esportivo à quem faz do esporte um mar de lavagem de dinheiro tem gerado, cada vez mais, uma noção ao grande público de que muitas vitórias esportivas escondem mazelas sociais (LOPES, 2015, p. 41).

A questão determinante para que a imprensa esportiva não tenha a moral rebaixada, seria reconhecer a importância do que acontece na sociedade como um todo, desde as questões mais determinantes às mais

necessárias. A produção de um jornalismo esportivo eficiente se passa por essa visão. Segundo (GURGEL, 2010, p. 14), é fundamental entender os aspectos sociais, políticos e fundamentalmente econômicos envolvidos no contexto da prática esportiva em observação jornalística.

O jornalismo esportivo só cumpre seu papel social quando o jornalista divulga matérias, em que mostra que o esporte faz as pessoas crescerem nas dimensões da saúde ao caráter, que qualquer ser humano que estiver à margem da sociedade, pode resgatar sua auto-estima com a prática esportiva e através dos princípios transmitidos se tornar uma excelente pessoa e profissional em qualquer área. Quando além de mostrar os resultados de jogos e campeonatos, o repórter aprofunda a notícia no cenário esportivo (SOUZA, 2006, p. 27).

A emoção é demonstrada na própria alma do esporte. Está “[...] nos olhos do jogador que faz o gol do título, na decepção da derrota, nas piscinas, quadras e pistas. Em nenhuma outra área do jornalismo a informação e o entretenimento estão tão próximos” (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 45).

Desta forma, pode-se dizer que o jornalismo esportivo ganhou espaço “aos poucos”. Com o decorrer da luta por uma classe mais respeitada, embora, tenha criado um estigma de profissionais “palpiteiros”, mídia do “infoentretenimento”, o espaço foi adquirido aliado aos acontecimentos que cada vez mais se tornavam importantes dentro do jornalismo em si. Mas o que fica de adendo, num parâmetro geral, é a importância em se fazer unicamente jornalismo, o que não diferencia uma editoria da outra, e tende a ser a essência dessa categoria comunicacional. Sendo uma relevância primeiramente social e conseqüentemente, profissional.

2 JORNALISMO DIGITAL

As reportagens que chegam sobre as promessas no futebol são apresentadas com amplo destaque, conteúdo multimídia e recursos de links próprios da fase do jornalismo digital neste início do século 21. Para compreender do que se trata esse universo, o presente capítulo aborda as potencialidades e os elementos que ajudam a explicar por que as notícias desses jovens esportistas são produzidas de uma ou outra forma.

Diante do contexto de modernidade e novas plataformas de comunicação, a versão virtual dos jornais impressos tem sido acompanhada por outros elementos informativos e que se tornam conteúdos para acréscimo de materiais. Num momento denominado de “terceira geração”, com o uso por exemplo de blogs, as empresas comunicacionais “apresentam recursos multimídia, como sons, animações, infográficos interativos, entre outros, para a construção das peças informativas e para o enriquecimento da narrativa jornalística” (BARBOSA, 2007, p. 2).

A informática revolucionou o jornalismo tal como revolucionou outros sectores da atividade humana ao introduzir ferramentas de produtividade (processadores de texto, folhas de cálculo e bases de dados) e ferramentas de comunicação (e-mail, web e instant messaging). É algo que ocorre inevitavelmente (FIDALGO, 2007, p.110).

Outro aspecto essencial dentro do jornalismo digital, é esclarecer a utilização dos dados na plataforma on-line. Uma das marcas desse contexto é a sintetização das informações. Um exemplo é a utilização de artifícios ilustrativos “[...] um mosaico informativo de pequenas notícias sobre o tema. Consoante a importância dada ao acontecimento, as notícias aumentam em número e detalhe, dando uma visão mais em pormenor do que se passou” (FIDALGO, 2007, p. 101).

Um texto jornalístico preza pela informação, embora outros elementos visuais estejam presentes ao longo do texto, com o objetivo de interagir com o leitor. A utilização de links, hiperlinks, infográficos, elementos visuais num geral, compõem uma matéria on-line. Nesse sentido, o papel de escolher a forma de se inteirar da informação parte unicamente do leitor. Segundo Edo

(2007), ele (leitor) que decide a trajetória e a ordem que quer seguir em uma mensagem, ou um conjunto de mensagens pelos que pode navegar.

Num primeiro nível se oferece uma síntese completa dessa notícia, geralmente na *home page*, e nos níveis seguintes se faz possível aprofundar desde aspectos muito distintos trazendo à tela diferentes documentos escritos ou audiovisuais (EDO, 2007, p. 8)

Uma questão também pertinente para o jornalismo digital é a mudança da forma de contar um acontecimento. Os fatos podem ser contados por duas técnicas: pirâmide invertida ou deitada. Na primeira, o jornalista organiza a notícia preconizando a informação mais importante no início e o menos importante para o final. “(Na pirâmide invertida) Porém, neste modelo é-lhe oferecida a possibilidade de seguir apenas um dos eixos de leitura ou navegar livremente dentro da notícia” (CANAVILHAS, 2006, p. 38).

Na pirâmide deitada, a organização dos dados segue outra lógica, a de proporcionar “informações em camadas” para a experiência do leitor. Desta forma, o público passa a ter outras referências a partir do interesse que tem sobre aquele tema. Este modo de se organizar as informações, dá a possibilidade do leitor escolher quando não quiser ler mais o acontecimento em questão, mesmo assim, não perde o contexto do fato. Para Canavilhas (2006) neste modelo é-lhe oferecida a possibilidade de seguir apenas um dos eixos de leitura ou navegar livremente dentro da notícia.

Com isso, quatro níveis de leitura formam uma pirâmide deitada. A base de informação é o lead, em que responderá ao essencial: o que, quando, quem e onde. Embora o texto inicial possa ser uma notícia de última hora, por exemplo, com a necessidade de divulgação simples em muitos casos. Mas, com o desenrolar de uma história, o formato textual pode vir a ser modificado. Veja três estágios preponderantes para organizar as informações.

O Nível de Explicação responde ao Por Quê e ao Como, completando a informação essencial sobre o acontecimento. No Nível de Contextualização é oferecida mais informação – em formato textual, vídeo, som ou infografia animada – sobre cada um dos W's. O Nível de Exploração, o último, liga a notícia ao arquivo da publicação ou a arquivos externos (CANAVILHAS: 2006, p. 39).

O que vemos atualmente com o advento da tecnologia é a participação ativa de cidadãos presentes nos locais dos acontecimentos, e em muitos

casos, em grandes acontecimentos. E a visão de pessoas situadas nestes momentos causa um efeito detectável na produção de conteúdo audiovisual. “(Vale) tanto no que se refere à criação e consolidação de circuitos alternativos de circulação de informação, quanto no que diz respeito às transformações da mídia tradicional em sua convivência forçada com os novos circuitos” (PALACIOS; MUNHOZ, 2007, p. 63).

Chega a ser uma novidade para a profissão de comunicador. Para Gradim (2007) a web veio revolucionar a forma como os indivíduos comunicam, acedem à informação e se tornam eles próprios produtores de informação. “Falava-se pouco sobre fotojornalismo nos primórdios do webjornalismo porque as imagens eram escassas, quase um luxo” (PALACIOS; MUNHOZ, 2007, p. 64).

Nosso período, a “era da informação”, “viu a aparência de formas de história social e personalizada em uma variedade de mídia. O jornalismo, em particular o on-line, viu essas formas se multiplicarem” (HALL, 2005, p. 47). A forma de divulgação do webjornalismo cria possibilidades interativas diversas, como a combinação de textos, fotos, vídeos, áudio, animação e gráficos, por exemplo.

A veiculação não se dá por um único modo de leitura. Ela pode ser tanto visual, quanto escrita. Mas há um fator essencial para o jornalismo: a mineração de dados, que “dá azo a informações inesperadas, à descoberta de relações que deixam por vezes literalmente uma pessoa de boca aberta” (FIDALGO, 2007, p. 158). Gradim (2007) explica também esse contexto, seja qual for o modo de apuração, trazendo a informação que praticamente não deve existir peça jornalística, independentemente do medium (meio) onde é divulgada, que não recorra à investigação assistida por computador.

A interatividade e a possibilidade feedback por parte do público permitem um apuramento da informação, e no conjunto os profissionais dispõem de um meio mais plástico e adequado a novas formas de expressão criativa. A linkagem, mas também a inexauribilidade do espaço disponível possibilita a oferta de material informativo com a profundidade que se desejar, porque alheia a constrangimentos de espaço físico (GRADIM, 2007, p. 88).

A obtenção de imagens, por exemplo, traz uma facilidade quando se fala numa participação mais direta da população inserida no contexto social

de um fato, o que pode ser definido como jornalismo cidadão. O que tem crescido de forma considerável, em cima de formatos apropriados para a Internet. Isso faz com que esse tipo de expressão coincida “em grande medida, com o desenvolvimento de tecnologias de alta velocidade de acesso e com ela a explosão da circulação de imagens na Web” (MUNHOZ; PALACIOS, 2003, p. 65).

A década de 1990 foi importante para o jornalismo digital, pois foi quando Berners-Lee inventou a internet, mais precisamente falando: WWW (World Wide Web). A partir deste momento, “vimos tentativas de normalizar os papéis jornalísticos tradicionais no novo contexto da web, enquanto os jornalistas continuavam a tentar satisfazer o que muitos consideravam seu papel central” (HALL, 2005, p. 45). Iniciou-se então, um novo espaço para produção e por que não dizer ocupação dos serviços comunicacionais.

Apesar de múltiplas profecias em contrário, creio que as redações e a produção profissional e sistemática de notícias não vão desaparecer no futuro. Todos os restantes meios: weblogs, casting pessoal, fóruns e listas de mailing continuarão evidentemente a existir, e a servir, bem, um público de interesses específicos. Mas não se substituem ao jornalista, relativamente ao qual funcionam como nova e proveitosa fonte (GRADIM, 2007, p. 92).

Seja qual for o a área de atuação jornalística, as empresas situam-se no mesmo espaço virtual, diante da utilização de recursos hipertextuais (link, áudio, vídeo, fotografia, gráficos animados, etc). O que faz um trabalho de auxílio na idealização de uma linguagem virtualmente contextualizada, e “que passa a ter nos usuários (ou no público) importantes colaboradores para a formulação dos conteúdos dentro de uma estrutura já descentralizada” (BARBOSA, 2007, p. 128).

A sociedade atual tem por característica, recolher e acumular dados de aspectos da vida humana, de assuntos variados. O que já existe e o que se faz simbolizam a sociedade da informação. Tal artifício de pesquisa causa um efeito considerável quando “o jornalista pode servir-se do computador para organizar a informação e sobretudo através da gestão dessa informação mediante programas de base de dados” (FIDALGO, 2007, p. 159).

A capacidade difusora de ideias, argumentos, comentários, visualizações, compartilhamentos nas redes proporciona um instrumento

social capaz de se fazer jornalismo, por essência. É quase que impensável verificar um profissional da área distante ou desligado de um aparelho com ligação direta a esse “mundo digital”. Ter a possibilidade de acessar agências noticiosas e pesquisar conteúdos informativos “é algo trivial que um computador possibilita, trivialidade que, no entanto, altera radicalmente, a forma de investigar, tratar e redigir as notícias próprias” (FIDALGO, 2007, p. 160). Diante do quadro de mudança da profissão, passando a ter elementos digitais mais presentes, a proposta é enriquecedora quando se trata da forma (audiovisual) adequada a um certo conteúdo (texto).

Ademais, exibem maior dinamismo, e uma oferta informativa com possibilidade de maior contextualização e aprofundamento, principalmente pelo uso mais ampliado das bases de dados, que também passam a desempenhar importante função para a estruturação e a organização das informações de natureza jornalística (BARBOSA, 2007, p. 2).

Diante do plano geral apresentado neste capítulo, percebe-se a diversificação do conteúdo jornalístico. Mais especificamente no tema pesquisado: “promessas” do futebol brasileiro. A hipertextualidade está presente em diversas editorias, o esporte é mais uma delas atingida pela sociedade da informação.

3 OLIMPIANOS, FORMAÇÃO DE ÍDOLOS E OS HERÓIS DA TV

Seria um estereótipo dizer que jogadores de futebol são ídolos ou heróis de uma nação de torcedores apaixonados por um time? Essa questão perpassa por alguns âmbitos sociais pertinentes neste capítulo. A representatividade de homens e garotos correndo atrás de uma bola, levantando a torcida com um drible e vibrando junto na hora de um gol seria um caso a se analisar na presente pesquisa.

Nas privilegiadas condições e escalas de relevância preconizada pela mídia, estão os olímpianos modernos, o que seriam chamados de “vedetes da grande imprensa”. Em relação a esse aspecto simbólico em cima dos jogadores, não se dá apenas por artistas renomados, mas também a figura de “campeões, príncipes, reis, *playboys*, exploradores, artistas célebres, Picasso, Cocteau, Dali, Sagan. A informação transforma esses olímpianos em vedetes da atualidade” (MORIN, 1969, p. 105).

No caso das notícias de esporte, por serem muito próximas as de entretenimento, na maioria das vezes, possuem certas características que dão ao repórter, editor e produtor mais liberdade na hora de elaborar e finalizar uma notícia ou reportagem. Desde o início da crônica esportiva, nomes renomados (Armando Nogueira, Mário Filho, Nelson Rodrigues etc.) já se “dedicavam a contar a história de um jogo de uma forma muito mais literária que jornalística. E como toda narrativa precisa de um protagonista, de preferência heroico, nasciam assim os esportistas enquanto heróis nacionais” (PRADO, 2014, p. 9).

O processo de adoção de um ídolo é variável, pois depende de como cada pessoa vai reagir à identificação com aquele “personagem”. Guimarães (2005) acredita que o ídolo é aquele que gostaríamos de ser, é alguém que já conquistou o que sonhamos conquistar. Por isso, há a necessidade de humanizá-lo, mostrando que ele também tem suas fraquezas.

Na Televisão, isso é mais presente ainda do que simplesmente informar o telespectador. O personagem se assemelha às características presentes na literatura, no caso do jornalismo, enquanto ator principal de uma reportagem. O papel essencial dado a ele fundamenta o texto jornalístico.

Uma conclusão é que, para dar sentido à complexidade dos temas, tendo como limitadores o tempo e o formato que se tem para uma notícia na televisão, o jornalismo esportivo reduz o olhar, rotula e impõe a esses personagens, características que permitem ao telespectador criar imagens subconscientes desses atores que extrapolam suas qualidades apenas como jogadores de futebol (LOPES, 2015, p. 39).

E os meios de comunicação adquiriram várias funções nos tempos atuais. Seja para informar, entreter, proporcionar lazer ao receptor, etc. Nesse sentido, “a mediação entre a relação de produção e consumo, principalmente pela mídia televisiva, constituem um poderoso instrumento de aglutinação/dominação das economias mundiais” (RIBEIRO; PIRES, 2004, p. 78).

O futebol, por fazer parte do cotidiano de milhares de brasileiros que acompanham o esporte, em especial, o esporte de competição, é motivo de discussão, que podem criar ídolos e envolver os torcedores a fim de um único objetivo: a vitória. Esse envolvimento social inserido no esporte, “é pauta de debates entre amigos em mesas de bares e, ao mesmo tempo, instrumento de socialização” (OSELAME: p.1, 2003).

A característica de um jogador é ferramenta para a criação de mitos na sociedade. “Com talento e carisma, esses heróis são paradigmas dos anseios sociais. A narrativa das trajetórias de vida destes atletas pela imprensa é fundamental no processo de construção do herói” (GUIMARÃES: 2005, p. 35). Por outro lado, a mídia tem de tomar precaução ao informar os acontecimentos, seja dos chamados “ídolos” ou das próprias agremiações esportivas. Para Barbeiro e Rangel (2006) o público quer que o jornalista informe pura e simplesmente. O jornalista esportivo não precisa torcer com o torcedor e muito menos pelo torcedor.

O profissional da comunicação, especificamente do âmbito esportivo, em discussão neste trabalho, tem uma triplicidade de preocupações, ele “precisa estar apto a lidar com frustrações, controlar emoções e se relacionar com pessoas. Isso não quer dizer que outros fatos sociais também não exijam isso, mas o esporte exige mais e com maior frequência” (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 48).

Cabe levantar uma reflexão sobre o simbolismo desses atletas fora de campo. Com o espaço obtido na mídia, eles “se tornam praticamente outdoors ambulantes de marcas, vinculados a patrocínios milionários que os expõem cotidianamente à mídia em contextos totalmente fora dos que constituem a sua profissão” (PRADO, 2014, p. 9 e 10). Seja nas presenças em boates, inaugurações, carnaval, trios elétricos patrocinados pelas suas marcas e diversos eventos sociais que se apresentam diante da força contratual, são sempre e cada vez mais oportunidades a não se perder para a exposição dos nossos heróis e ídolos modernos.

Os novos olímpianos são, simultaneamente, magnetizados no imaginário e no real, simultaneamente, ideais inimitáveis e modelos imitáveis. Sua dupla natureza é análoga à dupla natureza teológica do herói-deus da religião cristã: olímpianas e olímpianos são sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam. A imprensa de massa, ao mesmo tempo que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação (MORIN, 1969, p. 106 e 107).

Segundo Guimarães (2005) a concentração nos personagens é a peça-chave no processo que se inicia na construção de uma notícia e acaba por expandir-se para muito além, transformando os jogadores em ídolos e modelos de aspiração social. O próprio autor explica melhor a representatividade do ídolo. Seria uma “embalagem” de luxo, uma espécie de espaço publicitário. Para que desta forma, “seja destacada a marca do produto. Por isso, o ídolo é, necessariamente, descartável enquanto a marca e/ou o produto é fixo” (GUIMARÃES, 2005, p. 28).

Vive o futebol a que assiste nos estádios e acompanha pela imprensa, sempre preocupada em criar imagem toda especial para os protagonistas do espetáculo, como se todos estivessem envolvidos por uma espécie de “aura” intocável. Esta imagem se encaixa com o que o torcedor quer encontrar: um ídolo do seu time com o qual ele se identifique e possa admirar (GUIMARÃES, 2005, p. 28).

Com a importância comercial muito forte, “o mercado de um ídolo é mais importante que a percepção de seu talento” (BORGES, 2013, p. 274). É importante compreender a construção de um personagem no jornalismo esportivo. Para Lopes (2015) é necessário salientar que as produções estão sujeitas a condições, limitações, imposições e formatos de narrativas

incorporados pelos meios (tradicionais ou alternativos). Em muitos casos, o que a cultura da mídia busca realizar é uma narratividade de fatos esportivos modernos, ao tentar se utilizar dos ídolos prontos. Partindo desse pressuposto, esses seres humanos objetivados foram “criados para consumo de símbolos, que vão servir prontamente para o uso de representações de produtos de publicidade ou como boas matérias para venda de jornais” (PRADO, 2014, p. 6).

Por fim, o que chama atenção é que o ídolo é uma peça fundamental no posicionamento do clube de futebol no mercado midiático. Por mais que as novas tecnologias tenham reduzido o custo de entrada no mercado, o ambiente altamente concorrencial é um desafio a ser superado, porém a força de mercado de uma estrela esportiva é uma vantagem competitiva. Além disso, um ídolo também agrega uma componente simbólica que é importante para a identificação com um clube – unindo mais uma vez o simbólico e o comercial nessa relação entre o mercado esportivo e midiático (BORGES, 2013, p. 278).

Ter à disposição de um jornalista esportivo, uma das formas modernas representar valores dos indivíduos é o modo de mitificar a os esportistas, principalmente dos considerados de “alto rendimento”, seja fisicamente ou relacionado a patrocínios a eles agregados. “Essa seria uma estratégia discursiva utilizada, principalmente pela mídia, na construção persuasiva da imagem de um atleta enquanto herói” (PRADO, 2014, p. 3).

Apesar da cultura de massa produzir seus respectivos heróis, que também podem ser chamados de semideuses, num contexto histórico baseado na estética, num espetáculo. Embora, a mitologização perca relevância porque “não há verdadeiros deuses; heróis e semideuses participam da existência empírica, enferma e mortal. O olimpo moderno se situa além da estética, mas não ainda na religião” (MORIN, 1969, p. 109).

Com a simbologia de personagens humorados, de características exaltadas, “desfilando” técnica em campo, com manias, jogadas ou estilos marcantes, podemos referir esse modelo ao Padrão Globo de Jornalismo Esportivo. Sem textos prontos e com mais diálogo interativo, a naturalidade deu espaço a outro tipo de comunicação, da informativa para a interativa.

Tendo esse pensamento como base, banalizou-se a notícia, toda uma apuração e premissas jornalísticas, ficando em segundo plano. O humor virou

um dos trunfos desse novo modo de “informar”. A criatividade tomou rumos diferentes do jornalismo, e ao ganhar uma nova dimensão, o texto foi empobrecido. Mas o jornalismo feito na televisão “difere daquele praticado pelos jornais, rádios e sites da internet no que diz respeito às rotinas de seleção, construção, ordenação e apresentação das notícias.

A seleção de conteúdo pode vir a esclarecer essa questão. Conceituada basicamente pelo sensacional e espetacular. Segundo Bourdieu (1997) a televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e lhe exagera a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico. E o campo jornalístico se influenciou pelo caráter comercial de se lidar com um produto essencial aos jornalistas: a notícia. Artifícios que pressionam o modelo de produção, como índice de audiência, economia interligada com a televisão, e conseqüentemente com o jornalismo, “respingam” noutros veículos. E por fim, a responsabilidade cai “sobre os jornalistas, que pouco a pouco deixam que problemas de televisão se imponham a eles” (BOURDIEU, 1997, p. 81).

Nesse sentido, as estrelas, em suas vidas de lazer, de jogo, de espetáculo, de amor, de luxo, e na sua busca incessante da felicidade simbolizam os tipos ideais da cultura de massa. Heróis e heroínas da vida provada, os astros e estrelas são a ala ativa da grande corte dos olímpicos, que animam a imagem da *verdadeira vida* (MORIN, 1969, p. 108).

Os jornalistas esportivos personificaram uma banalização da área, ao se tornarem estrelas de TV, “sem qualquer compromisso com a informação ou com as regras básicas da ética ou então do interesse público. O jornalismo esportivo, em vez de evoluir, foi descaracterizado” (OSELAME, 2010, p. 69). A narrativa de um fato pode causar conseqüências sem grandes controles, ainda mais quando se fala de TV. Para Lopes (2015) o resultado desse processo de construção da narrativa formará o perfil do personagem que será apresentado para o telespectador. Se serve de alento, Barbeiro e Rangel (2006) acreditam que é possível fazer jornalismo esportivo inteligente.

4 JORNALISMO ESPORTIVO E INDÚSTRIA CULTURAL

Antes de entrar no âmbito jornalístico, há de se ressaltar a presença diária das Tecnologias de Informação e Comunicação (Tic's) na rotina contemporânea dos seres humanos envolvidos pela indústria cultural. Com isso, “as relações e o ritmo de vida do homem contemporâneo mudaram. Encurtaram-se as distâncias e as multipossibilidades de comunicação entre as pessoas se ampliaram” (RIBEIRO; PIRES, 2004, p. 64). Segundo Morin (1969) as invenções técnicas foram necessárias para que a cultura industrial se tornasse possível: o cinematógrafo e o telégrafo sem fio, principalmente.

Quando se fala em relações estabelecidas entre instituições, a dominação da veiculação e, por que não dizer alienação midiática, se torna mais presente ainda. Ainda mais quando falamos de países com uma força econômica forte. O que está enraizado na origem latifundiária, com uma história advinda desenvolvida “por senhores de terra, latifundiários, escravocratas e exploradores de força de trabalho – qualquer semelhança com o Brasil é coincidência – é o caso do esporte e da mídia” (RIBEIRO; PIRES, 2004, p. 68).

Na visão de Thompson (1998) se a comunicação é uma forma de ação, a análise da comunicação deve se basear, pelo menos em parte, na análise da ação e na consideração do seu caráter socialmente contextualizado.

É pelo princípio do fetichismo da mercadoria, a sociedade sendo dominada por «coisas supra-sensíveis embora sensíveis», que o espetáculo se realiza absolutamente. O mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existem acima dele, ao mesmo tempo em que se faz reconhecer como o sensível por excelência (DEBORD, 1991, p. 21).

Ainda segundo Thompson (1998) há três tendências centrais na elaboração das indústrias da mídia desde o início do século XIX: (1) A transformação das instituições da mídia em interesses comerciais de grandes escalas; (2) a globalização da comunicação; (3) o desenvolvimento das formas de comunicação eletronicamente mediadas.

O tipo de Estado tem peso chave nos conteúdos culturais inseridos na sociedade. Seja quando se trata de um caráter liberal ou autoritário, até chegar a intervir nas decisões de um conjunto de ideologias. Seja um estilo

negativo (censura, controle) ou positivo (orientação, domesticação, politização). Diante desse contexto, Morin (1969) se aprofunda nesses quesitos pré-dispostos.

Não levando em conta essas variáveis, pode-se dizer que se há igualmente a preocupação de atingir o maior público possível no sistema privado (busca do máximo lucro) e no sistema do Estado (interesse político e ideológico), o sistema privado quer, antes de tudo, agradar ao consumidor. Ele fará tudo para recrear, divertir, dentro dos limites da censura. O sistema de Estado quer convencer, educar: por um lado, tende a propagar uma ideologia que pode aborrecer ou irritar, por outro lado, não é estimulado pelo lucro e pode propor valores de “alta cultura” (palestras científicas, música erudita, obras clássicas). O sistema privado é vivo, porque divertido. Quer adaptar sua cultura ao público. O sistema de Estado é afetado, forçado. Quer adaptar o público à sua cultura (MORIN, 1969. p. 23).

Ao imaginarmos a importância numa “promessa” para um clube considerado grande ou não, vemos que a questão se torna mais do que um âmbito qualitativo, e sim quantitativo. Vários e vários jogadores se tornam produto de venda dentro de uma indústria, do que também pode ser chamado de um “celeiro de craques”. No futebol brasileiro é uma realidade, exportar e importar jogadores. E o artista dos tempos atuais são eles (jogadores), que se tornam os criadores da substância e da forma de sua obra industrial: jogar futebol. É que podemos definir de um processo em efeito dominó, onde “a criação tende a se tornar produção” (MORIN, 1969, p. 29).

Mesmo que, por ventura, um ou outro tenha maior destaque nos campos e na mídia, eles são tratados quase que literalmente como mercadoria na jogatina simbolizada pelo futebol. De forma mais detalhada, Debord (1991) explica melhor esse contexto a nível social.

A perda da qualidade — tão evidente em todos os níveis da linguagem espetacular — dos objetos que louva e das condutas que regula, não faz outra coisa senão traduzir as características fundamentais da produção real, que repudiam a realidade: a forma-mercadoria é de uma ponta a outra a igualdade consigo mesma, a categoria do quantitativo. É o quantitativo que ela desenvolve, e ela não se pode desenvolver senão nele (DEBORD, 1991, p. 21).

Em cima da relação entre qualidade e quantidade, há de se levantar a discussão sobre os megaespectáculos. Que estão interligados nos dois lados da moeda. Os acontecimentos de escala maior, dominam as manchetes, o

jornalismo e a agitação da Internet em tempos mais recentes. A dramatização também está presente nesses eventos por oferecerem controvérsias e embates, com uma cobertura até certo ponto exagerada, tanto para âmbito político como esportivo.

Para Kellner (2006) a própria produção de notícias também está sujeita à lógica do espetáculo, em uma época de sensacionalismo, tabloidização, escândalos e contestações políticas. Para DaMatta (1994) o futebol é produzido e realizado por profissionais da indústria cultural, dentro dos mais extremados objetivos capitalistas ou burgueses.

Despersonalizar uma criação é uma das marcas da produção cultural de massa. Produção essa, que transparece a organização racional, com fatores técnicos, comerciais e políticos, a fim de desintegrar o poder central da discussão. Seja em qualquer lugar, um exemplo para simbolizar, segundo Morin (1969) a indústria do detergente produz sempre o mesmo pó, limitando-se a variar as embalagens de tempos em tempos.

O mundo inteiro é forçado a passar pelo crivo da indústria cultural. A velha experiência do espectador cinematográfico, para quem a rua lá de fora parece a continuação do espetáculo que acabou de ver — pois este quer precisamente reproduzir de modo exato o mundo percebido cotidianamente — tornou-se o critério da produção (ADORNO, 2002, p. 10).

Traçando a mesma linha de pensamento, podemos retratar o espetáculo como sendo o momento em que “a mercadoria chega à ocupação total da vida social. Tudo isso é perfeitamente visível com relação à mercadoria, pois nada mais se vê senão ela: o mundo visível é o seu mundo” (DEBORD, 1991, p. 24). Os jogadores de futebol, mais precisamente, as “jovens promessas”, estão simbolizados nesse argumento, sem sombra de dúvidas. No meio social futebolístico, o espetáculo quem faz são eles, a vida social do momento afeta muitos torcedores antenados em cada lance.

É equivalente ao trabalho do esportista, o seu desempenho qualificado que gera uma “mercadoria” de valor mais elevado, assim como a sua própria força de trabalho. O processo de aprendizagem necessita de uma equipe de também trabalhadores, desde o famoso “professor” (técnico), especialistas do clube e pessoal técnico, além de “uma série de equipamentos e instalações (de apoio didático, de implementos esportivos e técnicos, laboratórios e

outros), tudo implicando em capital investido anteriormente” (SOUZA, 1991, p. 65).

Com isso, a questão essencial na discussão, se baseia numa identidade cultural dessa indústria com o intuito de “superar constantemente uma contradição fundamental entre suas estruturas *burocratizadas-padronizadas* e a originalidade (individualidade e novidade) do produto que ela deve fornecer” (MORIN, 1969, p. 25).

Seja para a rádio, TV ou impresso, a divisão do trabalho de âmbito coletivo, é um ponto geral da racionalização do tema. Desde a fabricação dos produtos, da realização de um planejamento de produção, de distribuição e de estudos do mercado central, “quanto mais a indústria cultural se desenvolve, mais ela apela para a individualização, mas tende também a padronizar essa individualização” (MORIN, 1969, p. 31). É por isso que o “consumidor real torna-se um consumidor de ilusões. A mercadoria é esta ilusão efetivamente real, e o espetáculo a sua manifestação geral” (DEBORD, 1991, p. 27).

Durante as últimas décadas, as indústrias culturais possibilitaram a multiplicação dos espetáculos nos novos espaços midiáticos e em sites, e o espetáculo em si tornou-se um dos princípios organizacionais da economia, da política, da sociedade e da vida cotidiana (KELLNER, 2006, p. 119).

A partir do momento em que a representatividade do capitalismo acelerado é presente numa sociedade, “a Indústria Cultural ocupa um espaço já aberto pela própria culminância da industrialização e a constituição do capitalismo monopolista no Brasil” (BOLÃO, 1998, p. 4). Segundo Morin (1969) a contradição invenção-padronização é a contradição dinâmica da cultura de massa. É seu mecanismo de adaptação dinâmica ao público e da adaptação do público a ela. É sua vitalidade. O autor explica com maior profundidade essa análise abaixo.

É a existência dessa contradição que permite compreender, por um lado, esse universo imenso estereotipado no filme, na canção, no jornalismo, no rádio, e, por outro lado, essa invenção perpétua no cinema, na canção, no jornalismo, no rádio, essa *zona de criação e de talento no seio do conformismo padronizado* (MORIN, 1969, p. 28).

“O espetáculo é a outra face do dinheiro: o equivalente geral abstrato de todas as mercadorias” (DEBORD, 1991, p. 28). E o desenvolvimento das novas tecnologias fez com que a informação e a comunicação multimídia tivessem participação ativa nesse contexto social. Outro aspecto, é a inserção dos considerados “tecnoespetáculos”, que “vêm moldando decisivamente os contornos e trajetórias das sociedades e culturas anuais, ao menos nos países capitalistas avançados” (KELLNER, 2006, p. 120).

Constantemente, o “comerciatismo” movimentava o mercado num geral. Como em torno do esporte, indica a participação direta deste fenômeno cultural. Passou-se a uma “prática simples para a prática com assistentes pagantes. Essa passagem confere ao esporte, uma nova caracterização, definitiva para sua prática e análise teórica – o estatuto de mercadoria” (SOUZA, 1991, p. 60).

A frequência das organizações do desporto-espetáculo, a qualidade e a diversidade do espetáculo a oferecer ao mercado de consumidores, não podia depender de personagens amadores pelo que a evolução para um profissionalismo não só é natural como imprescindível para a sua continuidade (SOUZA, 1991 apud FEIO, 1978, p. 107).

Pegando como elemento de ligação, a vida cotidiana como um todo é uma experiência, logo, ela se molda por espetáculos, que conseqüentemente, são mediados. Uma “promessa” do futebol brasileiro é tratado desde cedo, levando em conta duas habilidades, uma imagem de celebridade em construção. O que intensifica mais ainda esse processo, é a cultura da mídia globalizada. Pois, eles se tornam ícones, cada vez mais “midiáticos, e deuses e deusas da vida cotidiana. Para se tornar uma celebridade, é necessário o reconhecimento como uma estrela no campo do espetáculo, seja como esportes, entretenimento, negócios ou política” (KELLNER, 2006, p. 126).

Como a maioria dos trabalhadores, a venda faz parte de um ciclo capitalista-social, que está presente no esporte sem sombra de dúvidas. Até mesmo porque, diante de um processo produtivo, “o esportista também se vê levado a vender sua força de trabalho, como única possibilidade de produzir sua subsistência atuando no trabalho que sabe fazer, envolvido com o esporte” (SOUZA, 1991, p. 62). Além do que, não seria e simplesmente não é “um mero acaso que o esporte como um domínio social (e como uma

"indústria cultural") tenha surgido acasalado com o advento da sociedade industrial de mídia e de massa" (DAMATTA, 1994, p. 14).

Uma outra análise a ser discutida de parâmetro social, é a produção midiática de um megaevento. O que vale salientar, é o fato do esporte existir sem a mídia, mas sem ela, não há como existir o megaevento. A versão sobre o fato (jogo de futebol) exposta pela mídia, muitas vezes não se trata do jogo em si. Portanto, um exemplo claro de que isso é um fato verídico, são as reações de uma pessoa que vai pela primeira vez a um estádio de futebol. É perceptível a diferença de assistir partidas pela televisão e estar presente no local do acontecimento. Elementos que demonstram claramente essa situação é quando a pessoa "estranha por não ter narrador, comentarista, replay, tira-teima etc. Outra situação é um jogo fraco tecnicamente ser editado de forma que pareça repleto de lances de qualidade e emoção" (PADEIRO, 2014, p. 145).

O sistema de indústria cultural tem o público como ferramenta essencial, a fim de compor o contexto pré-estabelecido socialmente. Na visão de Adorno (2002) os talentos pertencem à indústria muito antes que esta os apresente; ou não se adaptariam tão prontamente.

4.1 DIMENSÃO SOCIAL DO ESPORTE

Um jovem jogador que participa da rotina de treinamentos, descanso, alimentação, concentração junto dos colegas de equipe, e conseqüentemente, os jogos, pode parecer um simples profissional do futebol. Mas quando pensamos a nível social, neste caso, ele estaria cada vez mais entregue aos costumes presentes na sociedade. Seja quando se tem o sucesso (pessoal e/ou profissional) ou quando se chega ao fracasso. "Despontar" para a carreira futebolística, tanto numa Copa São Paulo de Futebol Junior quanto noutro torneio de categorias de base pelo país, pode ser considerado fator essencial para sabermos qual o tamanho e a importância do jovem atleta para o esporte.

Até que ponto, podemos considerar que um jogador conseguiu chegar ao "ápice" de alta performance? Será que ele realmente precisa passar por

centros do futebol reconhecidos mundialmente para obter o sucesso e mostrar as qualidades? Ou jogar no próprio país e vestir a camisa de “grandes” clubes para também poder fazer história? Fica o questionamento, mas fica uma certeza.

Análise tática sobre jogo de futebol vai sempre valer relatos dignos de fazer o torcedor mais fanático se arrepiar tanto quanto a descrição perfeita de partida de futebol. A conquista do título, a jogada brilhante, a história comovente sempre fizeram parte do esporte (COELHO, 2003, p.23).

O esporte possui, a partir do âmbito social, três dimensões: a) o esporte-educação; b) o esporte-participação ou esporte popular e c) esporte-performance ou de rendimento. No primeiro conceito: esporte-educação, é necessário compreendê-lo como manifestação educacional e esclarecer que o objetivo desse aspecto é meramente um conteúdo educativo. O esporte-educação “deve também ser considerado como um caminho essencial para o exercício pleno da cidadania no futuro individual dessas pessoas” (TUBINO, 2001, p. 35).

Para contextualizar a segunda dimensão social, o esporte volta-se para o "prazer lúdico" nesse aspecto. Com o intuito de provocar o bem-estar social dos envolvidos, o esporte popular para Tubino (2001) tem como propósitos a descontração, a diversão, o desenvolvimento pessoal e as relações entre as pessoas. Ainda segundo o autor, o esporte-participação “favorece o prazer a todos que dele desejam tomar parte” (TUBINO, 2001, p. 40).

Agora, na terceira e última dimensão, a do esporte-performance, é a que mais se adequa à proposta da presente pesquisa. Pois quando estamos falando de jovens promessas, o sucesso tem relação direta com o talento. Quando se fala em espetáculos esportivos, as "promessas" do futebol brasileiro podem causar o efeito de imitação em cima do esporte popular, que visa puramente o bem-estar social. Mas, pela perspectiva do alto rendimento, ocasiona "uma indústria do esporte, chegando até produtos de grande sofisticação, favorece o crescimento de mão-de-obra especializada" (TUBINO, 2001, p. 41), o que seriam os próprios jogadores profissionais.

5 AGENDAMENTO DE CRAQUES E NEWSMAKING

A cada Copa São Paulo de Futebol Júnior (o principal torneio nacional de categorias de base no Brasil)¹, há promessas de que novos craques irão surgir, com a possibilidade de virarem ídolos e “orgulho” para o Brasil e mundo afora. E serão registrados por notícias e reportagens. A cobertura da imprensa, na instância de participação, se coloca na posição de ação ativa nesse processo que pretende “revelar craques”. Mesmo que a produção das notícias seja de forma industrial, o agendamento do fato já se dá por suficiente. Embora os clubes brasileiros não revelem “craques” de fato, a imagem de “promessa” é presente nos meios de comunicação que fervem o interesse comum: agendar e fazer notícia. Num caso específico de revistas, por exemplo, Lage (2001) acredita que a obrigação de selecionar ressalta a importância do planejamento da edição.

Para ajudar na compreensão da teoria do agendamento aplicada a essa história, é necessário, antecipadamente, compreender o contexto de produção dessas notícias. Trata-se de um conceito baseado na relação direta entre o consumidor de notícias (público) e os meios de comunicação. Desta forma, as pessoas levam em consideração a confiança com o mediador da informação: veículo. Também como, os conteúdos que “são veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendam nossas conversas. Ou seja, a mídia nos diz sobre o que falar e pauta nossos relacionamentos” (PENA, 2005, p. 143).

A mídia exerce o agendamento, isso pode ser constatado como um fato. O veículo comunicacional “opera tais interesses, mas tem uma relação de interação com a opinião pública, assim como com grupos privados ou da esfera pública” (MEZZARROBA, 2008, p. 18).

Para entender a respeito do processo do agendamento é necessário conhecer a literatura de três componentes que compõem este tal processo, que são: agenda midiática (que compreende os estudos dos conteúdos mídia), agenda pública (são os estudos que conceituam a relativa importância dos diversos acontecimentos e assuntos por parte do público) e agenda das políticas governamentais (estudo da agenda das entidades

¹ A Copa São Paulo de Futebol Junior foi criada no ano de 1969. Em 2017, quando a pesquisa foi feita, 120 clubes participaram do evento.

governamentais). (MEZZARROBA, 2008, p. 33 apud TRAQUINA, 2001).

Alguns critérios são levados em conta quando se fala nas duas teorias: agendamento e newsmaking. Noticiabilidade, valor-notícia, constrangimento organizacional, construção da audiência e rotinas de produção, por exemplo. Mesmo que, haja duas questões em discussão: quando a noticiabilidade está envolvida nos poderes hierarquizados da área e quando temos ciência dos critérios que regem “aquela” instituição ou empresa jornalística. Tomando essa relação como pressuposto, Traquina (2005) explica que a relevância de distribuição da rede noticiosa é uma questão central no processo de produção da notícia.

A fim de melhor esclarecer o agendamento das notícias, é necessário refletir sobre as pautas a partir de eventos continuados (suspensão dada a times de futebol, jogos sem torcida, jogos beneficentes de fim de ano etc.), desdobramentos (casos de corrupção, violência nos estádios, demissão de treinador etc.) e fatos recuperados ou trazidos à tona para discussão em matérias (atitudes de “fair play”, jogador ditando moda no estilo pessoal, casos de racismo ou preconceito).

Podemos destrinchar algumas funções exercidas pelo agendamento. Além de pautar um determinado assunto ou evento, faz com que um fato, sirva de notícia para a opinião pública. Com isso, há uma “alavanca midiática”, o que faz “com que se aumente o período de venda do patrocínio (e isso repercute no consumo do evento), além de ter como função atualizar informações para criar uma identidade com o público em geral” (MEZZARROBA, 2008, p. 18).

Mas outro aspecto a ser levantado nessa discussão, e de principal relevância numa das discussões deste capítulo, seria justamente a presença dos “eventos programados (julgamento de acusados, votações em assembleias, inaugurações de obras etc) ou sazonais (início do ano letivo, vendas de fim de ano, mobilização de boias-frias para a colheita etc.)” (LAGE, 2001, p. 39). Trazendo para o contexto do jornalismo esportivo, seria válido dizer que uma Copa São Paulo de Futebol Junior, disputada todo começo de ano no estado paulista, pressupõe num evento pré-determinado a revelar “craques” para o futebol brasileiro.

De forma introdutória, neste momento pode-se dizer que o agendamento é um processo relacional entre a agenda jornalística (midiática) e a agenda pública (social), em que há uma tentativa de alguns grupos (financeiros, econômicos, políticos e a própria mídia) em pautar temas e assuntos de seu interesse na esfera social e colocar, desta maneira, sua(s) opinião(ões) com o objetivo de torná-la(s) hegemônica(s). O agendamento, portanto, é sempre exercido pela mídia, veículo que opera tais interesses, mas tem uma relação de interação com a opinião pública, assim como com grupos privados ou da esfera pública (MEZZARROBA, 2008, p. 18).

Sendo assim, a responsabilidade em divulgar os fatos seria única e inteiramente do jornalista, que “também tem a sensação de que é controlador do tempo e do espaço [...]. Além disso, ele tem o poder para decidir o que é ou não é notícia” (PENA, 2005, p. 141).

O que parece não ter sentido, mas quando colocamos o assunto no âmbito esportivo, é interessante levantar o tema sobre a relação de fonte (jogador) e jornalista. A posição social em que se encontra o entrevistado, em muitos casos, pode deixar um ar de ilusão para o jornalista. “Quanto mais prestigioso for o título ou a posição do indivíduo, maior será a confiança das pessoas na sua autoridade. Chama-se isso a *hierarquia da credibilidade*” (TRAQUINA, 2005, p. 191).

Ou seja, a simples função de adquirir as informações necessárias exige um comportamento adequado, a depender da posição social em que se encontra a fonte, e a forma como os jornalistas “enxergam” a mesma. O patamar que uma “promessa do futebol” está, nem sempre, vai condizer com as informações que aquela pessoa pode ou consegue passar para os repórteres, por exemplo. O que pode acontecer é o jornalista “utilizar a fonte mais pelo que é do que pelo que sabe” (TRAQUINA, 2005, p. 191).

Há outro modelo teórico presente no contexto deste capítulo, que envolve a construção de ideias, importantes para a realização do jornalismo em si. Seria o newsmaking, com premissas que podem causar uma sensação de realidade a sociedade. Mas o que nem sempre de fato é a realidade, o espelho do real, como explica Pena.

É, antes, a construção social de uma suposta realidade. Dessa forma, é no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem os discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de

notícia. Assim, a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la (PENA: 2005, p. 129).

Na maioria dos casos, a característica de cada portal ou empresa comunicacional tem peso relevante na discussão, quando vamos além da teoria do agendamento. A influência se dá em como desenvolver a notícia (newsmaking). Segundo Fausto Neto (2002), o processo de construção de notícias é transformado de acordo com o “modo de dizer” de cada veículo midiático, que produz um discurso midiático-esportivo próprio e, assim, faria o próprio agendamento.

Certos acontecimentos podem ser imprevisíveis, por isso, a necessidade de uma iniciativa por parte das empresas jornalísticas. Fica à cargo delas, administrar a ordem do tempo e espaço. É por esse motivo que “estabelecem determinadas práticas unificadas na produção de notícias. São dessas práticas que se ocupam os temas de estudo relacionados à teoria do newsmaking” (PENA, 2005, p. 131).

Ao decorrer do processo de produção jornalística, é importante salientar que “os jornais escrevem para dialogar com outros campos sociais. Isto é, as agendas midiáticas são elaboradas em função de outras agendas e para um público imaginário” (BORELLI, 2002, p. 18).

Para Fausto Neto (2002), o campo midiático seria a principal instituição da atualidade em nossa sociedade, tendo o poder de nos dirigir, de forma estratégica, a agenda nossa de cada dia, já que há uma multiplicidade das agências.

Desse modo, pode-se inferir que a cobertura esportiva segue algumas características muito particulares, como o grande uso de recursos discursivos, a maneira de ‘especular’ a vida dos ‘olimpianos’, a necessidade de uma especialização, uma certa autonomia dos produtores da atualidade, o papel das colunas como um espaço de discussão, o entendimento amplo das interações estabelecidas entre os campos sociais para melhor compreensão do processo de agendamento do esporte, a “conversação” e as múltiplas discursividades, onde as falas se cruzam, relativizando o trabalho do jornalista esportivo e estabelecendo novas relações e resignificações na tematização do esporte (BORELLI, 2002, p. 1).

A produção da notícia é algo que envolve uma diferença esclarecedora para o público-alvo: a relação entre o interesse jornalístico e abrangência de público para divulgar a informação. “Quanto maior o interesse jornalístico,

maior a abrangência do público a que a informação se possa destinar” (LAGE, 2001, p. 113).

Para concluir a linha de pensamento, ratifico que a construção da notícia está diretamente ligada a esse modo de trabalho jornalístico, o que ajuda a idealizar uma realidade. Nas competições de futebol júnior, principalmente, a Copa São Paulo, a visão midiática infere que o “método construtivista apenas enfatiza o caráter convencional das notícias, admitindo que elas informam e têm referência na realidade”. (PENA, 2005, p.129). E por mais que “a mídia afirme apresentar os eventos esportivos objetivamente, alegando reproduzir a realidade, a fase de produção, antes que o programa alcance o telespectador, envolve considerável construção seletiva e interpretação” (MEZZARROBA, 2008, p. 34 apud BETTI, 1998, p. 35).

A presente pesquisa interessa-se por esses meandros da produção jornalística que interfere diretamente ou não no produto da mídia. A cobertura do evento funcionaria como fator essencial na visibilidade de cada lance daqueles que foram “eleitos” para serem os protagonistas das narrativas esportivas.

6 METODOLOGIA

A partir do objetivo principal desta monografia, que é o de mostrar a participação do jornalismo esportivo no acompanhamento da carreira de “promessas” do futebol brasileiro, desde as categorias de base até chegarem ao profissional. São trazidas para o presente trabalho reportagens no período que foram destaques nas categorias de base e outras que trataram sobre o caso do atleta.

Foram selecionados como amostragem materiais jornalísticos sobre histórias de três jogadores: Lulinha, Jean Chera e Keirrison porque foram encontradas reportagens em diferentes momentos sobre esses atletas para efeito de comparação. No início da carreira (reportagens nos anos de 2006, 2007, 2008 e 2010) e quando houve representações de fracasso (anos de 2010, 2015, 2016 e 2017). Esse foi o critério de inclusão da amostragem. Os materiais foram encontrados nos veículos *Folha de S. Paulo*, *Globoesporte.com*, *iG*, *Lance*, *TV Globo* (matéria on-line do programa *Globo Repórter*) e *UOL*. O motivo das escolhas se deve a relação com o tema do trabalho e as expressões textuais presentes no decorrer das reportagens, seja no título, subtítulo, lead ou ao longo do texto.

Antes de detalhar a coleta de informações e de conteúdo, é necessário apresentar os conceitos e motivos para escolher a análise discursiva e de conteúdo. Sendo assim, as formas de elaboração e coleta de textos têm por objetivo compreender qual a finalidade de cada material estudado, no caso, as matérias jornalísticas. Além de princípios de organização e as formas de produção social do sentido.

O que pode ser ressaltado dentro do contexto é que a análise do discurso desenvolve “o ponto de articulação da língua com a ideologia e procura explicitar o modo como se produzem as ilusões do sujeito e dos sentidos” (CAPPELLE; MELO; GONÇALVES, 2011, p. 9).

Já outro tipo de estratégia, a análise de conteúdo é envolvida por dois pólos dentro da investigação científica: a quão rigorosa é a objetividade e a fecundidade da subjetividade. Os dois aspectos resultam em pesquisas quantitativas e/ou qualitativas. Esses elementos levam o pesquisador a uma

segunda leitura da comunicação, baseado nas deduções e nas inferências possíveis. Essa visão sobre o conteúdo textual pode ser utilizada tanto em pesquisas de cunho quantitativo, quanto qualitativo.

O uso de palavras-chave, documentos (matérias), elementos de informação dos documentos, são aspectos utilizados com apenas uma finalidade: “esclarecer a especificidade e o campo de ação da análise de conteúdo” (BARDIN, 1977, p. 45). Ainda segundo o autor, a documentação trabalha com documentos; a análise de conteúdo com mensagens (comunicação). Ainda segundo o autor.

Para isto, foram observados dois elementos em particular das edições: os títulos e os primeiros parágrafos dos materiais. As matérias são divididas em grupos de análise e não apenas tratadas isoladamente, divididas em “grupo de análise 1” (reportagens sobre Lulinha), “grupo de análise 2” (reportagens sobre Jean Chera), e “grupo de análise 3” (reportagens sobre Keirrisson). A amostragem ficou assim definida:

Grupo de análise 1 - Reportagens sobre Lulinha (27 anos)

- Destaque nas categorias de base (1ª fase)

Título: Promessa, Lulinha se diz metade Kaká, metade Ronaldinho²

Veículo: UOL

Autoria: Marcius Azevedo

Data: 04/04/2007

Trecho base de análise

Mais **badalado** dos quatro jogadores promovidos ao elenco profissional do Corinthians, Lulinha, destaque da seleção brasileira sub-17, mostrou personalidade e ousadia ao conceder entrevista coletiva nesta quarta-feira (AZEVEDO, 2007).

Título: Faltam 808 para o "Lulinha mil"³

² Disponível em: <www.esporte.uol.com.br/futebol/ultimas/2007/04/04/ult59u117460.jhtm>. Acesso em: 26 de out. 2017.

³ Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2503200721.htm>. Acesso em: 26 de out. 2017.

Veículo: Folha de S.Paulo

Autoria: Rodrigo Bueno

Data: 25/03/2007

Trecho base de análise

Pelas contas de Romário, faltam **só** 808 gols para Lulinha, 16, chegar ao seu milésimo. “Lulinha sempre fez muitos gols. Ele não é aquele meia antigo, ele é meia-atacante. Desde os dez anos, brilhava, e contra jogadores de 14 anos. O Willian [meia do time principal do Corinthians] é muito bom, mas o Lulinha é a maior promessa que já vi”, diz Edson Rocco, técnico das divisões de base do Corinthians que “descobriu” o já **badalado** jogador para o clube (BUENO, 2007).

- Carreira profissional (2ª fase)

Título: Eterna promessa corintiana, Lulinha assina com o RB Brasil para engrenar⁴

Veículo: Globoesporte.com

Autoria: sem autoria

Data: 14/01/2015

Trecho base de análise

O RB Brasil oficializou mais duas contratações para a estreia na primeira divisão do Campeonato Paulista. O mais famoso é Lulinha. **Promessa badalada** do Corinthians, que chegou a tratá-lo como **craque** quando subiu ao profissional, o meia de 24 anos assinou contrato até o fim de maio na tentativa de engrenar definitivamente a carreira. Ao seu lado, estará o lateral-esquerdo Hélder, companheiro dos tempos de Ceará. Os dois disputaram a Série B do Brasileiro pelo Vozão (GLOBOESPORTE.COM, 2015).

Título: Eterna promessa do Corinthians, Lulinha faz golaço na Coréia do Sul. Assista⁵

Veículo: UOL/Torcedores.com

Autoria: Eder Bahúte

Data: 07/05/2017

Trecho base de análise

⁴ Disponível em: <globoesporte.globo.com/sp/campinas-e-regiao/noticia/2015/01/eterna-promessa-corintiana-lulinha-assina-com-o-rb-brasil-para-engrenar.html>. Acesso em: 26 de out. 2017.

⁵ Disponível em: <http://torcedores.uol.com.br/noticias/2017/05/lulinha-golaco-coreia-do-sul>. Acesso em: 26 de out. 2017.

O ex-jogador do Corinthians Lulinha, conhecido como “**eterna promessa**” do Parque São Jorge, atualmente defende as cores do Pohang Steelers, equipe da Coreia do Sul. Neste sábado, o meia foi o grande personagem na vitória de virada do seu time sobre o Seoul, por 3 a 2 (BAHÚTE, 2017).

Grupo de análise 2 – Jean Chera (22 anos)

- Destaque nas categorias de base (1ª fase)

Título: O futuro do futebol canarinho⁶

Veículo: Globoesporte.com

Autoria: sem autoria

Data: 05/06/2006

Trecho base de análise

"Para mim, não tem Ronaldinho, não tem ninguém. Ele é o número um", elogia a mãe de Leto, Denilda Conceição.

"É até meio complicado falar porque mãe é suspeita, mas acho que ele bate na bola de um jeito diferente dos outros meninos da mesma idade. Tem uma habilidade que não é todo garoto que tem", diz a mãe de Jean Carlo, Loreci Ribeiro Chera (REPORTER, 2006).

Título: Menino com vida de adulto: Jean Chera sonha com promoção precoce⁷

Veículo: Globoesporte.com

Autoria: Carolina Elustondo

Data: 24/12/2010

Trecho base de análise

Com apenas dez anos, ele chamou a atenção por **dribles irreverentes e muita habilidade**. Aos 15, tem a rotina de um adulto, embora ainda não seja profissional. Cercado de olhares, Jean Chera carrega o peso de ser a nova **promessa** do Santos. Passando férias em Sinop, sua cidade natal, o menino descansa, fica com a família e deixa de lado um pouco o dia a dia puxado. Mostra ansiedade para estar entre os profissionais em maio, quando completa 16 anos, e deseja ter o mesmo sucesso que Neymar e Ganso (ELUSTONDO, 2010).

⁶ Disponível em: <www.globoreporter.globo.com/Globoreporter/0,19125,VGC0-2703-10603-2-170917,00.html>. Acesso em: 26 de out. 2017.

⁷ Disponível em: <www.globoesporte.globo.com/sp/santos-e-regiao/futebol/times/santos/noticia/2010/12/menino-com-vida-de-adulto-jean-chera-sonha-com-promocao-precoce.html> Acesso em: 26 de out. 2017.

- Carreira profissional (2ª fase)

Título: “Eterna promessa” do Santos, Jean Chera **abandona futebol** e vai morar no interior⁸

Veículo: UOL/Torcedores.com

Autoria: Fernando Amaral

Data: 18/07/2016

Trecho base de análise

Aos 21 anos, Jean Chera está **abandonando** a carreira de jogador de futebol. O jogador, que surgiu como uma **joia** do Santos ainda aos dez anos, revelou o desejo de se mudar com a sua família e a namorada, grávida de oito meses, para a cidade de Vera, no interior do Mato Grosso. A informação é do GloboEsporte.com (AMARAL, 2016).

Título: Jean Chera **deveria** ser craque, **largou** o futebol e decidiu voltar. Aos 21 anos⁹

Veículo: Lance

Autoria: Alex Sabino

Data: 23/11/2016

Trecho base de análise

Jean Chera estava decidido a **abandonar** o futebol aos 21 anos. A ideia durou até encontrar, há dois meses, Agnaldo Turra, presidente do Sinop Futebol Clube, amigo da família. Eles se conhecem há anos. Foi a senha para o meia de 21 anos decidir voltar ao futebol. Mais uma vez (SABINO, 2016).

Grupo de análise 3 – Keirrisson (28 anos)

- Destaque nas categorias de base (1ª fase)

⁸ Disponível em: <www.torcedores.uol.com.br/noticias/2016/07/santos-jean-chera-carreira-futebol> Acesso em: 26 de out. 2017.

⁹ Disponível em: <www.lance.com.br/futebol-nacional/jean-chera-deveria-ser-craque-largou-futebol-decidiu-voltar-aos-anos.html>. Acesso em: 26 de out. 2017.

Título: Santos vê novo "**show**" de Keirrison em goleada do Coritiba¹⁰

Veículo: iG

Autoria: Gazeta Esportiva

Data: 22/11/2008

Trecho base de análise

No primeiro turno, na vitória do Coritiba sobre o Santos, Keirrison deixou a sua marca, fazendo os três gols do **triumfo** paranaense. Neste sábado, a história se repetiu (ESPORTIVA, 2008).

- Carreira profissional (2ª fase)

Título: Do **drama** à volta ao clube onde tudo começou: Keirrison passa carreira a limpo¹¹

Veículo: Globoesporte.com

Autoria: Monique Silva e Nadja Mauad

Data: 18/07/2017

Trecho base de análise

O atacante Keirrison está de volta ao Coritiba para a sua terceira passagem pelo clube. Revelado nas categorias de base, em 2006, chegou a ser apontado como **promessa** do futebol brasileiro. Jogou no Palmeiras, foi contratado pelo Barcelona, vestiu as camisas de Benfica, Fiorentina, Santos e Cruzeiro. Voltou ao Coxa, depois se transferiu para o Londrina e seu último clube foi o Arouca, de Portugal (SILVA; MAUAD, 2017).

Na análise, foram descritas observações gerais sobre essa coleta inicial a fim de explorar as representações da “promessa” e da “carreira profissional”. Neste momento, o pesquisador faz as conexões entre os elementos trazidos. Este item, na análise, é tratado em um item denominado como “observações e acréscimos”. Especificamente nas ciências sociais,

¹⁰ Disponível em: <www.esporte.ig.com.br/futebol/2008/11/22/santos_ve_novo_show_de_keirrison_em_goleada_do_coritiba_2127254.html> Acesso em: 26 de out. 2017.

¹¹ Disponível em: <www.globoesporte.globo.com/pr/futebol/times/coritiba/noticia/do-drama-a-volta-ao-clube-onde-tudo-comecou-keirrison-passa-carreira-a-limpo.ghtml> Acesso em: 28 de out. 2017.

esse tipo de “compreensão do material textual, que vem substituir a leitura dita ‘normal’ por parte do leigo, visa a revelar o que está escondido, latente, ou subentendido na mensagem” (CAPPELLE; MELO; GONÇALVES, 2011, p. 4).

Após a coleta de informações, foi possível analisar que as expressões ou elementos utilizados pelos veículos de comunicação desde o surgimento do “craque” até o desenrolar da carreira profissional fizeram com que tornasse as histórias dramáticas. Temas como: eterna promessa, badalado, abandono, sondagens de clubes, títulos e artilharia na categoria de base, dentre outras questões que fizeram da coleta uma afirmação desse âmbito “espetacularizado” pelo jornalismo esportivo.

Assim, a avaliação sistemática do trabalho concentrou-se preliminarmente nos itens abaixo:

a) Elementos quando o jogador subiu ao profissional ou ainda estava nas categorias de base (1ª fase)

Foram considerados elogios e características dispostas como adjetivos, substantivos ou advérbios os elementos textuais abaixo:

Elementos linguísticos: promessa, badalado, muita habilidade, “Lulinha mil”, personalidade, ousadia, estrela, dribles irreverentes, habilidade, abusado, famoso, futuro do futebol e show.

Total: 13 elementos

Lulinha: badalado; ousadia; "Lulinha mil"; estrela.

Jean Chera: dribles irreverentes; muita habilidade; abusado; futuro do futebol; famoso.

Keirison: show.

Lulinha

Título: Promessa, Lulinha se diz metade Kaká, metade Ronaldinho

Veículo: UOL

Trecho base de análise

Mais **badalado** dos quatro jogadores promovidos ao elenco profissional do Corinthians, Lulinha, destaque da seleção brasileira sub-17, mostrou personalidade e **ousadia** ao conceder entrevista coletiva nesta quarta-feira (AZEVEDO, 2007).

Título: Faltam 808 para o "Lulinha mil"

Fonte: Folha de S.Paulo

Trecho base de análise

Lulinha deve ser a **estrela** no Pan-2007, quando a seleção sub-17 atuará, e no Mundial da categoria, na Coréia, no segundo semestre (BUENO, 2007).

Jean Chera

Título: Menino com vida de adulto: Jean Chera sonha com promoção precoce

Veículo: Globoesporte.com

Trecho base de análise

Com apenas dez anos, ele chamou a atenção por **dribles irreverentes** e **muita habilidade**. Aos 15, tem a rotina de um adulto, embora ainda não seja profissional...

Jean não disfarça a vontade de logo estar ao lado da dupla que aprendeu a admirar de tão perto. Meia **abusado** segue os passos de Ganso Mesmo esperando subir logo, o garoto sabe que a chance pode vir somente em 2012 (ELUSTONDO, 2010).

Título: O futuro do futebol canarinho

Veículo: Globoesporte.com

Trecho base de análise

Jean dribla um, dribla dois e aí, cabeça erguida, toca, com precisão profissional. Já conhece os rigores de ser o mais **famoso**. Sofre na pele e nas pernas, que o massagista se acostumou a socorrer.

Pernas de um brasileiro que é notícia desde bem cedo (REPORTER, 2006).

Keirrison

Título: Santos vê novo "**show**" de Keirrison em goleada do Coritiba

Veículo: iG

Trecho base de análise

Os santistas viram o atacante do Coxa dar **show** e marcar quatro vezes no confronto deste sábado, no Couto Pereira, pela 36ª rodada do Campeonato Brasileiro. O placar final marcou 5 a 1 para o clube do Alto da Glória. Ariel Nahuelpán, para os donos da casa, e Molina, para os visitantes, completaram o marcador (ESPORTIVA, 2008).

b) Elementos sobre o atleta enquanto profissional e o simbolismo de “fracasso” (2ª fase)

Da mesma forma, são separados os elementos linguísticos relacionados ao ocaso do atleta. Quem desenvolve o simbolismo do “fracasso” são os jornalistas por 14 vezes (no título e no texto), e duas vezes o jogador (no texto).

Elementos linguísticos: carreira a limpo, tentar de novo, mais uma vez, decidido a abandonar, deveria ser craque, largou, conturbada, momento ruim, andarilho, desmotivado, rodar, eterna promessa, abandona, tentativa, engrenar e prejudicando.

Total: 16 elementos

Lulinha

Título: Eterna promessa do Corinthians, Lulinha faz golaço na Coréia do Sul. Assista (**título atribuído próprio ao jornalista**).

Veículo: UOL/Torcedores.com

Trecho base de análise

Pensando no lucro que poderia ter em uma futura venda, a diretoria corintiana na época renovou seu vínculo e estipulou uma multa rescisória no valor de UU\$ 50 milhões. No entanto, o momento ruim do clube dentro e fora das quatro linhas, acabaram **prejudicando** a trajetória do jogador (BAHÚTE, 2017). **(citação atribuída ao próprio jornalista).**

Título: Eterna promessa corintiana, Lulinha assina com o RB Brasil para **engrenar (título atribuído ao próprio jornalista).**

Veículo: Globoesporte.com

Trecho base de análise

O RB Brasil oficializou mais duas contratações para a estreia na primeira divisão do Campeonato Paulista. O mais famoso é Lulinha. Promessa badalada do Corinthians, que chegou a tratá-lo como craque quando subiu ao profissional, o meia de 24 anos assinou contrato até o fim de maio na **tentativa de engrenar** definitivamente a carreira. Ao seu lado, estará o lateral-esquerdo Hélder, companheiro dos tempos de Ceará. Os dois disputaram a Série B do Brasileiro pelo Vozão. (GLOBOESPORTE.COM, 2015). **(citação atribuída ao próprio jornalista).**

Jean Chera

Título: “Eterna promessa” do Santos, Jean Chera **abandona** futebol e vai morar no interior **(título atribuído ao próprio jornalista).**

Veículo: UOL/Torcedores.com

Trecho base de análise

Depois de **rodar** por várias equipes do Brasil e do exterior, o meia-atacante estava emprestado pelo Peixe à Portuguesa Santista, que disputa a Segunda Divisão do Campeonato Paulista. Após uma lesão no tornozelo, Chera se sentiu **desmotivado** e passou a faltar nas sessões de tratamento. **(citação atribuída ao próprio jornalista).**

Carreira precoce e conturbada

Jean Chera tem apenas 21 anos, mas pode ser classificado como um **andarilho** do futebol. Além do próprio Santos, onde surgiu em 2005 como uma das grandes apostas e saiu de forma **conturbada** em 2011 (desentendimento entre o pai e a diretoria por conta de salários), passou por muitos clubes nos anos seguintes. (AMARAL, 2016). **(citação atribuída ao próprio jornalista).**

Título: Jean Chera **deveria ser craque, largou** o futebol e decidiu voltar. Aos 21 anos **(título atribuído ao próprio jornalista).**

Veículo: Lance

Trecho base de análise

Jean Chera estava **decidido a abandonar** o futebol aos 21 anos. A ideia durou até encontrar, há dois meses, Agnaldo Turra, presidente do Sinop Futebol Clube, amigo da família. Eles se conhecem há anos. Foi a senha para o meia de 21 anos decidir voltar ao futebol.

Mais uma vez. (citação atribuída ao próprio jornalista).

- Se você permitir, vou **tentar de novo** - disse Chera para o dirigente. **(citação atribuída ao próprio jogador).**

- Você sempre será bem-vindo, Jean - devolveu o dirigente (SABINO, 2016).

Keirrison

Título: Do drama à volta ao clube onde tudo começou: Keirrison passa **carreira a limpo. (título atribuído ao próprio jornalista).**

Veículo: Globoesporte.com

Trecho base de análise

O atacante Keirrison está de volta ao Coritiba para a sua terceira passagem pelo clube. Revelado nas categorias de base, em 2006, chegou a ser apontado como promessa do futebol brasileiro. Jogou no Palmeiras, foi contratado pelo Barcelona, vestiu as camisas de Benfica, Fiorentina, Santos e Cruzeiro. Voltou ao Coxa, depois se transferiu para o Londrina e seu último clube foi o Arouca, de Portugal (SILVA, MAUAD, 2017).

c) Fontes utilizadas na construção das notícias

Foram observadas pessoas ou documentos utilizados na construção da ideia do personagem. Quais fontes fizeram parte do contexto formado sobre o atleta.

Personagens: os três jogadores (Lulinha, Jean Chera e Keirrison), quatro familiares (Vanderlei Macedo dos Reis: pai de Lulinha; Loreci Ribeiro Chera: mãe de Jean Chera; Celso Chera : pai de Jean Chera, Ruan: irmão de Jean Chera), três técnicos e funcionários dos clubes (Edson Rocco: técnico das divisões de base do Corinthians; Hugo Machado: supervisor das divisões

de base do Corinthians; Sonia Roman: psicóloga do Santos), um dirigente (Agnaldo Turra: presidente do Sinop-MT) e um goleiro (Rogério Ceni: jogador do São Paulo-SP na época).

Total: 12 personagens

Lulinha

Título: Promessa, **Lulinha se diz metade Kaká, metade Ronaldinho**

Veículo: UOL

Trecho base de análise

"Meu estilo é uma mistura de Kaká com Ronaldinho Gaúcho. Tenho uma arrancada parecida com a do Kaká e sou habilidoso como o Ronaldinho", afirmou o meia, que completa 17 anos no próximo dia 10. Em seguida, procurou minimizar o que disse. "Mas só um pouco de cada um" (AZEVEDO, 2007). **(citação atribuída ao próprio jogador).**

Título: Faltam 808 para o "Lulinha mil"

Veículo: Folha de S.Paulo

Trecho base de análise

"Lulinha sempre fez muitos gols. Ele não é aquele meia antigo, ele é meia-atacante. Desde os dez anos, brilhava, e contra jogadores de 14 anos. O Willian [meia do time principal do Corinthians] é muito bom, mas o Lulinha é a maior promessa que já vi", diz **Edson Rocco, técnico das divisões de base do Corinthians** que "descobriu" o já badalado jogador para o clube.

"Ele começou no futsal e chegou ao Corinthians em 2000 já disputando competições sub-10, como chamamos aqui, da associação paulista. E foi marcando muitos gols em todas as categorias até hoje", diz **Hugo Machado, supervisor das divisões de base do Corinthians.**

"Eu não tenho as contas, até pensei em fazer isso. Mas os números são mais ou menos esses. O Lulinha começou a jogar com cinco anos. Se contar gols do futsal, deve estar com 400 ou 500", fala **Vanderlei Macedo dos Reis, 40, pai do atleta** (BUENO, 2007).

Título: Eterna promessa do Corinthians, Lulinha faz golaço na Coreia do Sul; Assista

Veículo: UOL/Torcedores.com

Trecho base de análise

– Cresci no Corinthians, mas tive passagens por outros grandes clubes do país. Espero aproveitar essa experiência para ajudar o RB Brasil a conquistar os seus objetivos – afirmou Lulinha, que, além do Timão, defendeu Estoril e Olhanense (ambos times de Portugal), Bahia, Criciúma e Ceará. Isso tudo com 24 anos de idade. (BAHUTE, 2017). **(citação atribuída ao próprio jogador).**

Jean Chera

Título: Menino com vida de adulto: Jean Chera sonha com promoção precoce **(título atribuído ao próprio jornalista)**

Veículo: Globoesporte.com

Trecho base de análise

Jean não disfarça a vontade de logo estar ao lado da dupla que aprendeu a admirar de tão perto. Meia abusado, segue os passos de Ganso Mesmo esperando subir logo, o garoto sabe que a chance pode vir somente em 2012. **(citação atribuída ao próprio jornalista)**

- Por mim estaria pronto hoje, mas em maio completo 16 e espero estar pronto e fazer muito sucesso. O projeto mesmo é 2012 no centenário, mas estou trabalhando forte para que em maio já possa trabalhar com o time principal. Com o Neymar cheguei a treinar junto em 2005, é um espelho também, e tem o Ganso que é da mesma posição que a minha, por isso procuro me inspirar bastante nele - ressaltou. **(citação atribuída ao próprio jogador).**

Apesar da empolgação de Jean, **o pai Celso** sempre coloca freios no meia e procura impedir que ele se deslumbre. Afinal, é para ficar impressionado mesmo. Com 15 anos, Jean já ganha um bom salário, recebe mais uma quantia de um patrocinador e mora em Santos com os pais em um local pago pelo clube.

- Pronto para jogar no profissional ele pode até estar, mas só tem 15, faz 16 em maio, é cedo ainda. Tem que ir com pé no chão, com calma, 2012 pode ser a hora certa. O Jean é um menino com cabeça boa e humilde, cuidamos dele, não tem empresário no meio, mas tem um monte em cima. Fazemos de tudo para que ele se mantenha firme - explicou o pai.

Loreci, mãe do garoto, não tem pressa para ver Jean estourar. Para ela, tudo tem seu tempo. E o que ela mais gostou mesmo é de ver que o filho está conseguindo perder a timidez aos poucos.

- Eu não tenho essa ansiedade, acho que sou a mais tranquila da família e estou até acostumada, pois ele começou cedo. Ele não mudou praticamente nada, o temperamento é o mesmo, muito tranquilo, humilde, espero que não mude. Se soltou bastante, precisa, está evoluindo nessa parte e acho bom - **contou a mãe**, que se intitula como a maior fã do jovem talento.

Em Sinop, Jean aproveita para curtir o churrasco dos amigos, jogar sinuca, mas não deixa a bola de lado. Na última terça-feira, jogou uma partida beneficente ao lado de **Rogério Ceni** no campo do Sinop. Deixou o seu de pênalti e recebeu elogios do goleiro e ídolo são-paulino.

- Vejo ele como um menino muito talentoso, tem tudo pra fazer sucesso, está sendo trabalhado para isso. Se quiser ir jogar no São Paulo está convidado (risos). O pai até perguntou se ele um dia vai fazer gol em mim, acho difícil pela idade, mas quem sabe ele não pega meu fim de carreira - ressaltou Ceni.

Juan, irmão menor de Jean, que tem sete anos, provocou ao dizer que jogava muito. Mas ao ser apertado, confessou quem é o craque da família.

- O melhor é ele - sorriu o caçula (ELUSTONDO, 2010).

Título: O futuro do futebol canarinho (**título atribuído ao próprio jornalista**)

Veículo: Globoesporte.com

Trecho base de análise

"É até meio complicado falar porque mãe é suspeita, mas acho que ele bate na bola de um jeito diferente dos outros meninos da mesma idade. Tem uma habilidade que não é todo garoto que tem", diz a **mãe de Jean Carlo, Loreci Ribeiro Chera.**

"É complicado, porque a gente pode se empolgar um pouco. Ele se dedica a jogar futebol porque quer, não por nossa força", conta o **pai de Jean, Celso Chera.**

"Quando o cara toca para mim, eu já tenho na cabeça tudo o que tenho que fazer – chutar para o gol, tocar a bola ou driblar", conta Jean. (REPORTER, 2006). (**citação atribuída ao próprio jogador**).

Título: Jean Chera deveria ser craque, largou o futebol e decidiu voltar.

Aos 21 anos

Veículo: Lance

Trecho base de análise

Jean Chera estava decidido a abandonar o futebol aos 21 anos. A ideia durou até encontrar, há dois meses, **Agnaldo Turra, presidente do Sinop Futebol Clube**, amigo da família. Eles se conhecem há anos. Foi a senha para o meia de 21 anos decidir voltar ao futebol. Mais uma vez.

- Se você permitir, vou tentar de novo - **disse Chera** para o dirigente. (**citação atribuída ao próprio jogador**)

- Você sempre será bem-vindo, Jean - devolveu o dirigente.

- O Jean era um grande meia quando chegou no Santos. Era um menino de muita habilidade e visão de jogo. Quando ele estava com a bola no pé, ninguém a tirava dele. Era impressionante. Decidia jogos com lançamentos e cobranças de faltas. Só que, de repente, ele começou a ficar muito forte, mais lento. Não conseguia mais fazer as mesmas jogadas. Não tenho a menor ideia do que aconteceu, mas gostaria de saber - explica **Betinho, que o treinou nas categorias de base do Peixe.** (**citação atribuída ao próprio treinador**).

Até os contatos com as psicólogas do clube eram limitados. **Sonia Roman**, que trabalhava no clube na época, disse aos cartolas que Chera precisava de acompanhamento para suportar as demandas de alguém que parecia destinado a ser craque. Não foi ouvida.

- Todos os meninos, inclusive o Jean, são acostumados a ouvir que vão conseguir o que quiserem, vão poder comprar qualquer coisa e terem a mulher que desejarem. A vida não é assim - analisou **Sonia (psicóloga)**. (SABINO, 2016).

Keirrison

Título: Do drama à volta ao clube onde tudo começou: Keirrison passa carreira a limpo (**título atribuído ao próprio jornalista**)

Veículo: Globoesporte.com

Trecho base de análise

– Foi um pouco rápido, mas uma volta bem tranquila. Tive uma conversa com o presidente e o Pedroso bem sincera, e coloquei os meus pontos. Nós chegamos às **lágrimas** juntos porque existia uma sinceridade da minha parte de voltar. O Coritiba fez tudo por mim. Eu comecei aqui. Hoje o que a minha família tem é por causa do Coritiba. Era um dos sonhos voltar e poder dentro de campo ajudar os meus companheiros pelo que eles fizeram por mim. Agradeço demais por isso e quero **retribuir** em campo, fazendo o meu melhor. Vou me preparar muito bem para que eu possa fazer grandes coisas aqui dentro. (**citação atribuída ao próprio jogador**).

Aos 28 anos e, segundo ele, vivendo seu melhor momento, Keirrison também refutou o rótulo de "promessa que não deu certo". Depois de ajudar o Coxa a conseguir o acesso na Série B, em 2007, e fechou a temporada seguinte como maior artilheiro do país, marcando 41 gols. O desempenho levou o jogador ao Palmeiras, em 2009, e, em seguida, ao Barcelona. Sem atuar no time espanhol, foi para o Benfica e depois para a Fiorentina, voltou ao Brasil e atuou no Santos e no Cruzeiro, sem grande destaque.

– Não concordo, mas respeito as opiniões. Tem gente que acha que tem que ouvir só elogios. Não concordo porque já fiz dentro de campo, os meus números comprovam isso. Questão de promessa, creio que já passei por isso muito cedo. Conseguimos o título do Brasileiro em 2007, sendo um dos artilheiros. Ali não existia mais promessa. Hoje, por estar mais maduro, você consegue compreender, então eu tento respeitar

7 ANÁLISE DOCUMENTAL

A presente coleta pôde permitir a compreensão das representações dadas aos personagens nas duas fases de vida (quando saiu da categoria de base como “promessa”, denominado aqui de 1ª fase, e, depois, quando esteve com a carreira profissional em andamento, identificado como 2ª fase):

a) 1ª fase

Elementos linguísticos: “promessa”, “badalado”, Lulinha mil”, muita habilidade, personalidade, ousadia, estrela, dribles irreverentes, habilidade, “abusado”, “famoso”, futuro do futebol e show.

Lulinha: badalado; ousadia; "Lulinha mil"; estrela.

Jean Chera: dribles irreverentes; muita habilidade; abusado; futuro do futebol; famoso.

Keirrisson: show.

Total: 13 elementos

Lulinha

São dez elementos textuais mencionados nas matérias escolhidas em relação ao jogador. Nesse período, é necessário destacar a reportagem “*Promessa, Lulinha se diz metade Kaká, metade Ronaldinho*”, do UOL (2007). O material demonstra que o veículo se embasou apenas na própria trata de um garoto em formação, de 16 anos de idade, para conseguir maior destaque a partir da imagem de atletas consagrados. O tom, por consequência, é de “ironia” e de geração de **expectativa**.

Outro exemplo com base nas fontes utilizadas é a matéria da *Folha de S.Paulo*, intitulada “*Faltam 808 para o “Lulinha mil”*”. Logo no início do texto, há a seguinte citação: “Lulinha sempre fez muitos gols. Ele não é aquele meia antigo, ele é meia-atacante. **Desde os dez anos, brilhava**, e contra jogadores de 14 anos. **O Willian [meia do time principal do Corinthians] é muito bom, mas o Lulinha é a maior promessa que já vi**”, diz Edson Rocco, técnico das divisões de base do Corinthians que o já badalado jogador para o clube.

Percebe-se uma distorção no princípio do esporte e na consumação de que o jovem é um produto quando num primeiro momento, Lulinha “desde os dez anos, brilhava...”. Já no seguinte destaque selecionado, o também jogador da base corintiana William (já no time principal), é comparado a Lulinha. Sendo que na opinião do técnico das divisões de base do clube, Edson Rocco, “Lulinha é a maior promessa que ele já viu”.

Para efeito de reflexão, é necessário dizer que o jogador comparado (William), neste caso, virou titular da Seleção Brasileira principal na Copa do Mundo do Brasil (2014) e do Chelsea, equipe da primeira divisão inglesa (Premier League).

Lulinha, no ano de 2017 (quando a pesquisa foi feita) jogava profissionalmente pelo Pohang Steelers da Coreia do Sul. O peso de ser a “maior promessa” já vista poderia, como reflexo, trazer distorção de entendimento do que significa a carreira do jogador. Para Morin (1969) quando trata sobre os Olímpianos, “a cultura de massa produz seus heróis, seus semideuses, embora ela se fundamente naquilo que é exatamente a decomposição do sagrado: o espetáculo, a estética” (MORIN: 1969, p. 109).

Jean Chera

Percebe-se que na primeira matéria on-line, do programa *Globo Repórter*, analisada sobre Jean Chera, a reportagem afirma que o jogador é um representante do “*futuro do futebol canarinho*”. Pode-se avaliar que se trata mais de um exercício de especulação do que baseado em informações ou provas.

O ex-goleiro são paulino Rogério Ceni (pentacampeão mundial pela Seleção Brasileira em 2002 e do Mundial de clubes em 2006 pelo São Paulo como principais títulos), por exemplo, é entrevistado pelo *Globoesporte.com* na matéria “*Menino com vida de adulto: Jean Chera sonha com promoção precoce*”, publicada no dia 24 de dezembro, e faz elogios ao jogador. “Vejo ele como um menino muito talentoso, **tem tudo pra fazer sucesso, está sendo trabalhado para isso**. Se quiser ir jogar no São Paulo, está convidado (risos). O pai até perguntou se ele um dia vai fazer gol em mim, acho difícil pela idade, mas quem sabe ele não pega meu fim de carreira”.

Levando em consideração a citação anterior em destaque, na qual Rogério acredita que Jean Chera “tem tudo pra fazer sucesso, está sendo trabalhado para isso”. Não é explicado, entretanto, na matéria como Rogério Ceni sabe que Jean Chera “está sendo trabalhado para isso”. Por esse motivo é relativo, tanto para o jornalista quanto para a fonte, garantir que o jogador tem “tudo pra fazer sucesso”.

Ainda na aspa do goleiro, há uma fala que deixa uma possibilidade futura para Jean Chera, quando Rogério diz que se ele “quiser ir jogar no São Paulo está convidado (risos)”. Para Morin (1969), esse contexto tem relação histórica com a imprensa de massa, pois “ao mesmo tempo que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair a substância humana que permite a identificação” (MORIN, 1969, p. 106).

Um alerta que traz uma preocupação incomum (considerando a amostra coletada) nesse tipo de notícia. Em geral, os trabalhos tratam as “promessas” do futebol para veicular “sucessos midiáticos”. Um risco desse tipo de conteúdo é que pode gerar expectativa exagerada para o jogador e público.

É válido analisarmos a responsabilidade de noticiar um fato ou história, (mais especificamente dos “jogadores-promessa”). Se pararmos para refletir no tom das matérias analisadas nesta pesquisa, cabe o argumento de que são muitos os jornalistas que “perdem a paixão sem perceber. Culpam o futebol de hoje comparando com o passado, sem a medida correta de

comparação. A estrela nunca é o jornalista, sempre a informação" (COELHO, 2009 apud SILVEIRA, 2009, p. 60).

Keirrison

É possível perceber que no momento em que Keirrison se tornou jogador do Coritiba e subiu ao elenco profissional, o status de “promessa” foi posto à prova na mídia. A matéria do Portal iG “Santos vê novo ‘show’ de Keirrison em goleada do Coritiba”, publicada no dia 22 de novembro de 2008, é um exemplo disso. O primeiro parágrafo informa que Keirrison foi decisivo na vitória contra o Santos tanto no primeiro turno quanto no segundo, que era o jogo em destaque da matéria, na qual traz a notícia de que ele fez novamente três gols na partida. Mas diante do que já foi discutido no trabalho, sobre o “engraçadismo” do jornalismo esportivo, o modo de contar as histórias pode surtir efeito na carreira do jogador.

Por exemplo, no título da matéria diz que “Santos vê novo *show* de Keirrison [...]”. A palavra “show” (metáfora para um espetáculo bem sucedido) pode ser estranha ao esporte, mas não está fora do sentido da indústria do futebol, como foi verificado no aporte teórico: trata-se de um espetáculo que precisa se tornar rentável.

b) 2ª fase

Da mesma forma, são separados os elementos linguísticos relacionados ao ocaso do atleta. Quem desenvolve o simbolismo do “fracasso” são os jornalistas por 11 vezes (no título e no texto), e apenas duas vezes o jogador (no texto).

Elementos linguísticos: drama, tentar de novo, mais uma vez, decidido a abandonar, deveria ser craque, largou, conturbada, andarilho, momento ruim, desmotivado, rodar, eterna promessa, abandona, tentativa, engrenar e prejudicando.

Total: 16 elementos

As cinco matérias analisadas pela pesquisa durante a carreira profissional dos jogadores mostram que as informações sobre o “fracasso” têm relação consequente pela busca do “sucesso” no futebol, se deve principalmente aos jornalistas que rotulam o atleta como a “eterna promessa”.

Lulinha

A matéria do *Globoesporte.com* do dia 14 de janeiro de 2015, intitulada “*Eterna promessa corintiana, Lulinha assina com o RB Brasil para engrenar*” é demonstração do contexto do “fracasso”. Para começar, a frase traz a palavra *eterna*. Sendo assim, pode-se inferir que Lulinha é um jogador que “nunca vingou” no futebol. Outra questão a ser levantada é o motivo que a reportagem dá para ele assinar com o clube RB Brasil: *para engrenar*. A partir da abordagem dada ao momento em que o jogador assina contrato com um novo time, qual é o clube, centro do futebol mundial ou tipo de carreira que faz de uma “promessa” de fato engrenar profissionalmente?

Noutra matéria, divulgada pelo UOL/Torcedores.com, no dia tal, a abordagem inicial do jornalista aparenta mostrar pelo título – “Eterna promessa do Corinthians, Lulinha faz golaço na Coreia do Sul. Assista” –, que o jogador fez somente uma atuação positiva pela sua equipe, o Pohang Steelers.

Entretanto, nos depararmos com um trecho da base de análise:

“Pensando no lucro que poderia ter em uma futura venda, a diretoria corintiana na época renovou seu vínculo e estipulou uma multa rescisória no valor de UU\$ 50 milhões. No entanto, o **momento ruim** do clube dentro e fora das quatro linhas, acabaram prejudicando a trajetória do jogador” (BAHÚTE, 2017).

Expressões generalizadoras como “momento ruim” não esclarecem ou aprofundam problemas pessoais ou outras conjunturas que envolveram o atleta.

Jean Chera

Nesse momento, a representação do jogador no texto inclui elementos textuais como “rodar”, “abandona”, “andarilho”, “conturbada” e “desmotivado”. Jean Chera é simbolizado durante a carreira profissional na matéria da *UOL*, veiculada no site *Torcedores.com*, dia 18 de julho de 2016. O título “*Eterna promessa do Santos, Jean Chera abandona futebol e vai morar no interior*” demonstra o rótulo dado ao jogador de “eterna promessa” demonstra que Jean não é visto pela mídia esportiva, ao menos na matéria da *UOL*, como um jogador de futebol sendo analisado pelo rendimento, baseado em estatísticas, mas sim pelas características impostas a ele. Nesse sentido, falta aos textos mais embasamento técnico da carreira e da performance do jogador, para diante da apuração feita, poder realizar afirmações, mas tomar o devido cuidado de não midiatizar rótulos em cima do jogador. Porque a “imprensa de massa, ao mesmo tempo que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair a substância humana que permite a identificação” (MORIN, 1969, p. 106).

Das duas reportagens analisadas neste período de “fracasso”, foram encontrados 15 termos ligados ao atleta. Somente uma das 15 expressões é atribuída ao próprio jogador como personagem da matéria pesquisada, do *Lance*, publicada em 23 de novembro de 2016. Já no título traz um contexto de derrota: “*Jean Chera deveria ser craque, largou o futebol e decidiu voltar. Aos 21 anos*”.

Mas o que há de se esclarecer o espaço dado pela reportagem nas aspas do jogador: “Se você permitir, vou tentar de novo”. Jean expressou tal opinião em relação ao presidente do Sinop Futebol Clube (SFC), do Mato Grosso-MT. A informação descritiva do texto recolhida na metodologia explica o motivo da fala do jogador: “Jean Chera estava decidido a abandonar o futebol aos 21 anos. A ideia durou até encontrar, há dois meses, Agnaldo Turra, presidente do Sinop Futebol Clube, amigo da família. Eles se conhecem há anos. Foi a senha para o meia de 21 anos decidir voltar ao futebol. Mais uma vez”. É perceptível que o veículo reforça a ambiência de nova

oportunidade quando coloca as expressões "decidido a abandonar" e "mais uma vez".

Keirrison

A construção midiática sobre a revelação do Coritiba também está composta por estigmas de "promessa". Na matéria do Globoesporte.com "Do drama à volta ao clube onde tudo começou: Keirrison passa carreira a limpo", publicada no dia 18 de setembro de 2017, os trechos trazidos "reivindicam" que, por raciocínio oposto, que a carreira dele não foi passada a limpo e que haveria algo omissos. Não é só o título que expõe a ideia de uma situação de recomeço para um jogador de 28 anos.

Na primeira parte do título, percebe-se o uso do substantivo "drama", como forma de acrescentar um elemento a carreira do jogador. O motivo da utilização desta palavra é explicado no segundo parágrafo do texto. "Além do futebol, Keirrison viveu um drama pessoal com a morte do filho de dois anos, Henri Lucca, em 2015, após complicações de uma virose". Sendo assim, expõe um assunto pessoal, portanto, tem co-relação com a carreira do jogador, tanto que é comum aos jogadores pedirem licença dos clubes para cuidar de assuntos pessoais.

Ainda sobre os elementos distribuídos na matéria em que Keirrison "passa carreira a limpo", traz o subtítulo – "Atacante comemora retorno ao Coritiba, fala de lesões, rótulo de eterna promessa e relembra pior momento da vida, quando perdeu o filho de dois anos em 2015", – que resume a carreira do jogador e os principais elementos tidos nela.

Cabe aos jogadores chamados de "promessa" terem o rótulo de herói antes mesmo de alavancarem para o "sucesso"? Mesmo que tenha subido da categoria de base para o profissional? Esse ponto da discussão é pertinente quando falamos em carreira.

c) Fontes utilizadas na construção das notícias

Fontes utilizadas: Lulinha, Jean Chera, Keirrison, Vanderlei Macedo dos Reis (pai de Lulinha), Loreci Ribeiro Chera (mãe de Jean), Celso Chera (pai de Jean), Ruan (irmão de Jean), Edson Rocco (técnico das divisões de base do Corinthians), Hugo Machado (supervisor das divisões de base do Corinthians), Sonia Roman (psicóloga do Santos), Rogério Ceni (ex-goleiro do São Paulo-SP) e Agnaldo Turra (presidente do Sinop-MT).

Total: 12 fontes

Lulinha

São 11 fontes utilizadas para reforçar expressões e o contexto de “promessa” criado nas matérias recolhidas. Mas seria interessante destacar a reportagem do *UOL Esporte* de 2007, em que no título “*Promessa, Lulinha se diz metade Kaká, metade Ronaldinho*”, demonstra em quem o veículo se embasou apenas na própria fala de um garoto em formação para conseguir maior destaque a partir da imagem de atletas consagrados.

O cuidado do jornalista ao dar espaço numa reportagem para um jovem jogador de 16 anos em formação é discutível se analisarmos os trechos base de análise. Um dos parágrafos, traz a seguinte aspas: "Meu estilo é uma mistura de Kaká com Ronaldinho Gaúcho. Tenho uma arrancada parecida com a do Kaká e sou habilidoso como o Ronaldinho", afirmou o meia, que completa 17 anos no próximo dia 10. Em seguida, procurou minimizar o que disse. "Mas só um pouco de cada um".

Seria cabível de veiculação esse tipo de abordagem? Ou o jornalismo esportivo tem de ter essa característica de dar mérito à opinião do jogador? Por mais que ele diga ser "metade Kaká, metade Ronaldinho", ambos pentacampeões mundiais pela Seleção Brasileira e que já ganharam o prêmio de melhor jogador do mundo – 2004-2005 e 2007 respectivamente.

Outro exemplo com base nas fontes utilizadas é a matéria da *Folha de S.Paulo*, em que logo no início do texto traz o seguinte parágrafo: "*Lulinha*

sempre fez muitos gols. Ele não é aquele meia antigo, ele é meia-atacante. Desde os dez anos, brilhava, e contra jogadores de 14 anos. O Willian [meia do time principal do Corinthians] é muito bom, mas o Lulinha é a maior promessa que já vi", diz Edson Rocco, técnico das divisões de base do Corinthians que "descobriu" o já badalado jogador para o clube.

Percebe-se uma distorção da realidade quando num primeiro momento, Lulinha “desde os dez anos, brilhava...”. Já no seguinte destaque selecionado, o também jogador da base corintiana William (já no time principal), é comparado a Lulinha. Sendo que na opinião do técnico das divisões de base do clube, Edson Rocco, Lulinha é a maior promessa que ele já viu. Será mesmo a maior promessa? Para efeito de reflexão, é necessário dizer que o jogador comparado (William), neste caso, é o atual titular da Seleção Brasileira principal e do Chelsea, que disputa a primeira divisão inglesa (*Premier League*), ou seja, um dos principais clubes da Europa. Lulinha, no ano de 2017 (quando a pesquisa foi feita) jogava profissionalmente pelo Pohang Steelers da Coréia do Sul.

Jean Chera

O título "*Menino com vida de adulto: Jean Chera sonha com promoção precoce*", da matéria publicada no dia 24 de dezembro de 2010 pelo *Globoesporte.com*, explicita a realidade do jogador que tem uma "vida de adulto". O próprio atleta é firme quando fala sobre objetivos na carreira: "Por mim estaria pronto hoje, mas em maio completo 16 e espero estar pronto e fazer muito sucesso. O projeto mesmo é 2012 no centenário, mas estou trabalhando forte para que em maio já possa trabalhar com o time principal...", contextualiza o trecho base de análise. Os elementos linguísticos "pronto" e "sucesso" seriam oportunos para o jornalismo esportivo?

A questão pode servir de apoio para argumentação na fala do pai do jogador, Celso Chera. "Pronto para jogar no profissional ele pode até estar, mas só tem 15, faz 16 em maio, é cedo ainda. Tem que ir com pé no chão, com calma, 2012 pode ser a hora certa. O Jean é um menino com cabeça boa e humilde, cuidamos dele, não tem empresário no meio, mas tem um monte

em cima. Fazemos de tudo para que ele se mantenha firme". Um jogador que nem sequer atingiu a maioridade teria capacidade física para aguentar o ritmo dos profissionais e psíquica para suportar a pressão da torcida? Cabe ao jornalismo esportivo ponderar essas incertezas que permeiam as entrelinhas do texto jornalístico.

Outra reportagem que fala sobre Jean Chera e que vale a análise é a da *TV Globo*, publicada no site do programa *Globo Repórter* no dia 5 de junho de 2006, intitulada "*O futuro do futebol canarinho*". Na matéria, a mãe é usada como uma das fontes de sustentação do conteúdo. "É até meio complicado falar porque mãe é suspeita, mas acho que ele bate na bola de um jeito diferente dos outros meninos da mesma idade. Tem uma habilidade que não é todo garoto que tem", diz a mãe de Jean Carlo, Loreci Ribeiro Chera". Assim traz a opinião da mãe sobre o filho considerado habilidoso pela mesma.

O pai Celso Chera também aparece na reportagem. A citação dele diz o seguinte: "É complicado, porque a gente pode se empolgar um pouco. Ele se dedica a jogar futebol porque quer, não por nossa força". O pai pode dizer que é "complicado, porque a gente pode se empolgar um pouco", mas, na mentalidade do jovem jogador, a ansiedade é eminente.

"Quando o cara toca para mim, eu já tenho na cabeça tudo o que tenho que fazer – chutar para o gol, tocar a bola ou driblar". Tal expressão de Jean Chera determina as possibilidades do que vai acontecer no futuro é incerto dizer. Mas ter ciência do que tem de ser feito em qualquer situação seria um exagero por parte do jogador em expressar tal opinião de si mesmo? Pois, neste momento, seria do jornalista a responsabilidade de controlar a áspas para que não fique de certa forma "autoafirmativa".

Noutra fala de Loreci, mãe de Jean, na matéria do *Globoesporte.com* do dia 24 de dezembro de 2010, ela comenta o "sucesso" do filho. "Eu não tenho essa ansiedade, acho que sou a mais tranquila da família e estou até acostumada, pois ele começou cedo. Ele não mudou praticamente nada, o temperamento é o mesmo, muito tranquilo, humilde, espero que não mude. Se soltou bastante, precisa, está evoluindo nessa parte e acho bom".

Mas o que antecede a fala pode esclarecer o cuidado do jornalismo esportivo, que é o objetivo do trabalho. O parágrafo anterior diz que "Loreci,

mãe do garoto, não tem pressa para ver Jean estourar. Para ela, tudo tem seu tempo. E o que ela mais gostou mesmo é de ver que o filho está conseguindo perder a timidez aos poucos". Seria interessante repensar a importância jornalística de se usar o termo "estourar" para um jovem jogador. O que seria "estourar" para os mais variados leitores daquela notícia? Pois, se formos pensar em "estourar" como alcançar resultados positivos, eles poderiam vir no meio da carreira ou até no fim.

Na matéria do *Lance* do dia 23 de novembro de 2016, com o título "*Jean Chera deveria ser craque, largou o futebol e decidiu voltar. Aos 21 anos*" mostra mais uma exemplificação de como administrar o uso das asas. Porém, retrata um viés "contudente" se formos parar para refletir. Duas fontes comentam a situação que condiz com a realidade.

O primeiro, técnico das categorias de base do Santos, Betinho, treinou o jogador. "O Jean era um grande meia quando chegou no Santos. Era um menino de muita habilidade e visão de jogo. Quando ele estava com a bola no pé, ninguém a tirava dele. Era impressionante. Decidia jogos com lançamentos e cobranças de faltas. Só que, de repente, ele começou a ficar muito forte, mais lento. Não conseguia mais fazer as mesmas jogadas. Não tenho a menor ideia do que aconteceu, mas gostaria de saber". Desta forma, ele se "espanta" com a mudança de um jogador com capacidade de decisão e habilidade para um jogador mais lento, que não faz mais as mesmas jogadas. E se mostra sincero ao dizer que não sabe o motivo dessa mudança.

A psicóloga do clube à época ressaltou o cuidado com "alguém que parecia destinado a se craque". A reportagem diz que ela não foi ouvida, mas não mostra o lado dos dirigentes do clube. Expõe a fala da funcionária. "Todos os meninos, inclusive o Jean, são acostumados a ouvir que vão conseguir o que quiserem, vão poder comprar qualquer coisa e terem a mulher que desejarem. A vida não é assim". Com o cunho analítico, a psicóloga mantém um discurso cauteloso e dá a entender que ela pretende passar a mensagem de que existem etapas na vida de um atleta profissional.

Keirrison

O *Globoesporte.com* tratou de acontecimentos da carreira de Keirrison numa entrevista personagem (quando há somente um entrevistado) publicada no dia 18 de setembro de 2017 com o título *"Do drama à volta ao clube onde tudo começou: Keirrison passa carreira a limpo."*

Ao se apoiar somente no jogador para buscar as aspas, os temas circundaram o retorno ao Coritiba (clube do jogador até a realização da pesquisa), onde foi revelado, lesões, quando "perdeu" o filho de dois anos em 2015 e principalmente, a matéria retrata sobre o "rótulo de eterna promessa."

Nas informações descritivas, – o próprio jogador tendo o espaço para opinar –, diz que "refutou o rótulo de 'promessa que não deu certo'". E cita 2007, quando foi campeão da Série B pelo Coritiba. "Não concordo, mas respeito as opiniões. Tem gente que acha que tem que ouvir só elogios. Não concordo porque já fiz dentro de campo, os meus números comprovam isso. Questão de promessa, creio que já passei por isso muito cedo. Conseguimos o título do Brasileiro em 2007, sendo um dos artilheiros. Ali não existia mais promessa. Hoje, por estar mais maduro, você consegue compreender, então eu tento respeitar."

Sendo assim, quando a mídia esportiva pode comunicar que um jogador é uma "eterna promessa", "abandonado", sendo que para ele o "sucesso" como não foi alcançado, pelo que foi contextualizado na pesquisa geral, é relativo. Keirrison pertence (até a realização da pesquisa) ao elenco profissional do Coritiba e como está descrito na matéria, ele está "vivendo seu melhor momento."

Histórias interligadas

A respeito das histórias de Lulinha, Jean Chera e Keirrison, os exemplos comprovam a similaridade no padrão de cobertura. Esses que são denominados pela mídia esportiva como "jogadores promessa" do futebol brasileiro.

Uma demonstração é a forma como Lulinha constrói, indiretamente, uma imagem de olimpiano, salvador de uma “nação” de torcedores que criam expectativa diante da “promessa”. O que no início se dá como grande sucesso, se torna um fracasso mais à frente devido aos termos utilizados. Elementos esses, que dão conta de que a carreira não foi tão “próspera” como foi especulada nas primeiras publicações a respeito do jogador.

Para colocar à mostra, de demonstração, disponho a seguir um comparativo do início da carreira de Lulinha com o momento atual, por meio de duas matérias do UOL. Na primeira, publicada em 4 de abril de 2007 traz o título *Promessa, Lulinha se diz metade Kaká, metade Ronaldinho*. E a matéria começa com a frase: “mais badalado dos quatro jogadores promovidos ao elenco profissional do Corinthians, [...]”. Veja que a ênfase para os termos *promessa* (título) e *mais badalado* (lead) não são dadas à toa. Os mesmos, expõe um cuidado pertinente ao jornalista e conseqüentemente, ao jornalismo esportivo, de perceber até que ponto o fato de um jogador assumir o papel de “promessa” faz com que ele seja espetacularizado pela mídia enquanto produto da indústria esportiva.

Na segunda reportagem do UOL, da página Torcedores.com, de 7 de maio deste ano, traz a seguinte frase no título: *Eterna promessa do Corinthians, Lulinha faz golaço na Coréia do Sul. Assista*. E logo em seguida, vem o lead: *O ex-jogador do Corinthians Lulinha, conhecido como “eterna promessa” do Parque São Jorge, atualmente defende as cores do Pohang Steelers, equipe da Coreia do Sul. Neste sábado, o meia foi o grande personagem na vitória de virada do seu time sobre o Seoul, por 3 a 2.*

Percebe-se que os termos *eterna promessa* e *grande personagem*, evidenciam que ele ainda têm o estigma de um jogador com qualidade na visão da mídia esportiva. Por mais que Lulinha tenha feito um início de carreira “promissor”, a realidade de um jogador profissional que atua na Coréia do Sul explicita a forma como ele conduziu a carreira e como a mídia esportiva a história da “eterna promessa” no futebol.

No caso de Jean Chera, algumas expressões como *nova promessa*, *abandonado*, *promoção precoce*, *largou o futebol*, *eterna promessa* e *deveria ser craque* referentes a ele se anexam com o que foi discutido acima sobre

Lulinha. Sendo assim, podemos recordar o capítulo 3 (Olimpianos, formação de ídolos, os heróis da TV). Na visão de Morin (1969) os heróis e heroínas da vida provada, os astros e estrelas são a ala ativa da grande corte dos olímpianos, que animam a imagem da *verdadeira vida*.

É nesse sentido que se forma o simbolismo do vencedor das adversidades até chegar ao ápice com títulos, fama e o posto de herói. Esse contexto, então, representa uma “verdadeira vida”, como é dito pelo autor acima. Um exemplo claro de que a realidade de um jogador de futebol não condiz com o tamanho da especulação em torno dele é a matéria do *Lance* de 23 de novembro de 2016, em que traz o título: *Jean Chera deveria ser craque, largou o futebol e decidiu voltar. Aos 21 anos. As expressões deveria ser craque e largou o futebol explicitam o fato de que é responsabilidade da mídia esportiva saber dosar o tom de realidade e projeção para essas “promessas” que são seres humanos e podem errar.*

Na matéria do *Globoesporte.com* do dia 24 de dezembro de 2010, o título *Menino com vida de adulto: Jean Chera sonha com promoção precoce*, expõe o tratamento dado ao “menino”, como a própria reportagem mostra. É tamanha a responsabilidade dos jornalistas e principalmente dos veículos em escolher as palavras, que mesmo o jogador sonhando com a “promoção precoce”, seria interessante para a carreira do jogador e para o clube dar a oportunidade de um Jean Chera subir ao profissional antes dos demais, às vezes até mais velhos que ele? Ou realmente não vai afetar o psicológico, o rendimento nos treinamentos e jogos? E principalmente, a carreira do jogador fica afetada com essa preocupação em subir ao elenco profissional o novo “herói” do time?

No caso do Keirrisson, devido à pouca quantidade de matérias sobre o início da carreira do jogador, foi utilizada uma reportagem para cada etapa da vida do terceiro escolhido para a presente pesquisa. Observa-se que ao avaliarmos o rendimento de uma “promessa”, em cima das matérias dispostas neste trabalho, os termos que demonstram elevação das qualidades ou boas atuações dentro de campo dos jogadores são devido à perspectiva decidida pelo veículo de comunicação que irá publicar um material jornalístico.

Por outro lado, o *Globoesporte.com* publicou uma matéria, do dia 18 de julho de 2017, em que retrata a volta de Keirrison ao Coritiba, onde ele faz a terceira passagem pelo alviverde paranaense. O título exemplifica bem esse clima do retorno de uma “eterna promessa”: *Do drama à volta ao clube onde tudo começou: Keirrison passa carreira a limpo*. Será que é um drama mesmo? Um jogador que passou por nove clubes profissionalmente, o que soma 117 gols ao total na carreira e sete títulos, sendo um de dimensão internacional (Copa Libertadores da América de 2011 pelo Santos), precisa alcançar o que no futebol para obter o “sucesso” e não ser chamado de “eterna promessa”? Trata-se de um questionamento pertinente quando pensamos na ideologia que traz consigo uma “jovem promessa” dentro do futebol brasileiro.

Tais quesitos apresentados acima, nos três casos (Lulinha, Jean Chera e Keirrison), constroem o jogador promessa em mais um produto industrializado da mídia, em especial, a mídia esportiva. Até passar pelo processo de desafios, que neste caso é o desenrolar da carreira e os devidos empecilhos encontrados, desde adaptação a um novo clube, cultura diferente, rendimento dentro de campo, cobrança da torcida e etc. Junto a isso, a mídia esportiva contribui para divulgar o potencial daquele jogador enquanto “promessa” e quem se tornou na atualidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O papel da cobertura midiática de jogos de juniores precisa ser rediscutido visto que ao reconstruir os personagens, o texto pode deixar marcas sobre esses jovens ainda que deixem ou continuem a carreira. A partir da análise, pode-se perceber que as promessas viraram fracasso quando comparados o início com o a fase atual da carreira dos respectivos jogadores, tratando-se de trajetória no futebol ou rendimento considerado de insucesso.

Para chegar até esse resultado, foram observadas dez matérias sobre histórias de três jogadores: Lulinha, Jean Chera e Keirrison. Os textos foram encontrados em diferentes momentos sobre esses atletas para serem comparadas ao fim da análise documental. Tanto no início da carreira (reportagens nos anos de 2006, 2007, 2008 e 2010), quanto nas representações de fracasso (anos de 2010, 2015, 2016 e 2017). Os materiais foram encontrados nos veículos *Folha de S.Paulo*, *Globoesporte.com*, *iG*, *Lance*, *TV Globo* (matéria on-line do programa *Globo Repórter*) e *UOL*.

Foram observadas reportagens dos respectivos veículos citados acima, ao serem destacadas os elementos linguísticos. Utilizados quando o jogador quando saiu da categoria de base como “promessa” e quando o atleta estava com a carreira profissional em andamento, aliado ao simbolismo de “fracasso”.

No caminho de verificar como se dá a construção de “promessas” do futebol brasileiro, desde as categorias de base até chegarem ao profissional, são trazidas para o presente trabalho reportagens no período que foram destaques nas categorias de base e outras que trataram sobre o ocaso do atleta.

As expressões mencionadas também foram levadas em consideração nesta pesquisa. Exemplos como *engrenar*, *promoção precoce*, *deveria ser craque*, *drama*, abandona e até um título com os dizeres: *O futuro do futebol canarinho*. Ao fazer referência ao potencial de futuro para Jean Chera jogar pela Seleção Brasileira.

O trabalho de conclusão de curso teve a pretensão de colaborar com as reflexões sobre a prática da apuração e produção da notícia em um campo

do jornalismo vasto em emoção e construção de personagens. A pesquisa foi realizada entre os dias 13 de outubro e 8 de novembro de 2017.

No tópico “a” (1ª fase) da metodologia (Elementos quando o jogador subiu ao profissional ou ainda estava nas categorias de base 1ª fase), foram recolhidos 13 elementos linguísticos. Ficaram separados em quatro para Lulinha (badalado; ousadia; "Lulinha mil"; estrela) cinco para Jean Chera (dribles irreverentes; muita habilidade; abusado; futuro do futebol; famoso) e um para Keirrison (show).

Pelo que foi pesquisado, os jogadores são “promessa” mais na visão da mídia do que para eles mesmos. Um exemplo claro está no tópico “b” (2ª fase) da análise documental (Elementos sobre o atleta enquanto profissional e o simbolismo de “fracasso”), em que dos 16 elementos linguísticos citados, apenas dois partiram do jogador. Jean Chera disse: “Se você permitir, vou tentar de novo” para uma oportunidade dada por dirigente do Sinop FC-MT na matéria do *Lance* intitulada "Jean Chera deveria ser craque, largou o futebol e decidiu voltar. Aos 21 anos", publicada no dia 23 de novembro de 2016. Na matéria do *Globoesporte.com*, “Do drama à volta ao clube onde tudo começou, Keirrison passa carreira a limpo”, o jogador refuta o rótulo de “promessa que não deu certo” ao dizer o seguinte: “Não concordo, mas respeito as opiniões. Tem gente que acha que tem que ouvir só elogios. Não concordo porque já fiz dentro de campo, os meus números comprovam isso. Questão de promessa, creio que já passei por isso muito cedo. Conseguimos o título do Brasileiro em 2007, sendo um dos artilheiros. Ali não existia mais promessa. Hoje, por estar mais maduro, você consegue compreender, então eu tento respeitar.”

Os demais elementos vieram por parte dos jornalistas (carreira a limpo, mais uma vez, decidido a abandonar, deveria ser craque, largou, conturbada, andarilho, desmotivado, rodar, eterna promessa, abandona, tentativa, engrenar e prejudicando). Quem desenvolve o simbolismo do “fracasso” são os jornalistas por 14 vezes (no título e no texto), e apenas uma vez o jogador (no texto). Ao todo, foram 11 fontes utilizadas na construção das notícias, além dos três jogadores (Lulinha, Jean Chera e Keirrison), quatro familiares foram

entrevistados, três técnicos e funcionários dos clubes e até Rogério Ceni, goleiro do São Paulo na época.

Sendo assim, a palavra “promessa” causaria, nesse sentido, a impressão de salvação para torcedores e sociedade num geral. Fica a responsabilidade aos jornalistas, cronistas, colunistas esportivos que irão se deparar com jogos, torneios, situações do futebol em que podem, em certos momentos, indiretamente dar o rumo midiático para a carreira de “jovens” jogadores, que noutros casos se tornam os ditos “futuros” do futebol. Como foi visto na análise documental, o tom de “promessa” e “decepção” tomaram conta dos materiais apresentados nesta pesquisa.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; ALMEIDA, Jorge Miranda de. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

AQUINO, Bruna de Lacerda. **Jornalista não é humorista**. 2012. Curso de Especialização em Jornalismo Esportivo. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

BARBEIRO, H.; RANGEL, P. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital de terceira geração**. Covilhã: LabcomBooks, 2007. Coleção Estudos em Comunicação.

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BORELLI, Viviane. **O esporte como uma construção específica no campo jornalístico**. Disponível em: <<http://evaldomagalhaes.tripod.com/jornalismoesportivo1.pdf>>. Acesso em 26 de set. 2017.

BOLAÑO, C.R.S. **Mercado brasileiro de televisão**. Aracaju: UFS, 1986.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Oeiras: Celta, 1997.

BORGES, Fernando. O papel do ídolo esportivo na remodelação dos mercados da mídia. **Revista Comunicando**, Rio de Janeiro, vol. 2, n. 1, p. 19, dez. 2013.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. **BOCC–Biblioteca Online de Ciências de Comunicação**. Covilhã: 2006.

CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves; MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; GONÇALVES, Carlos Alberto. Análise de conteúdo e análise de discurso nas ciências sociais. **Organizações rurais & agroindustriais**. Lavras, v. 5, n. 1, 15 p., jan./jun. 2011.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Disponível em: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32300914/A_sociedade_do_espetaculo.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1510378962&Signature=jXCFnCKaOE8VhVDFeRfaBgLNTGA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DA_SOCIEDADE_DO_ESPETACULO.pdf>. Acesso em 30 ago 2017.

EDO, Concha. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**: el lenguaje y los géneros periodísticos en la narrativa digital. Madrid, v.1, n.1, p.7-23, 2007.

FIDALGO, António. **Jornalismo digital de terceira geração**: a resolução semântica no jornalismo online. Covilhã, v.1, n.1 p.101-110, 2007.

GUIMARÃES, Fernanda Couto. **O futebol no jornalismo esportivo**: o papel da mídia impressa na criação dos ídolos de massa. 2005. 68 f. Monografia (Bacharel) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

GURGEL, Anderson. Desafios do jornalismo na era dos megaeventos esportivos. **Motrivivência**, São Paulo, v.1, n. 32/33, p. 193-210, jun./dez. 2010.

FIDALGO, António. **Jornalismo digital de terceira geração**: a resolução semântica no jornalismo online. Covilhã, v.1, n.1 p.101-110, 2007.

GRADIM, Anabela. **Jornalismo digital de terceira geração**: webJornalismo e a Profissão de Jornalista: alguns equívocos sobre a dissolução do 4º Poder. Covilhã, v.1, n.1, p. 85-99, 2007.

HALL, Jim. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**: the News Blog in 2005: Social Journalism at the Eye of the Storm. Fallmouth, v.1, n.1, p. 43-62, 2007.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. **Líbero**, Rio de Janeiro, v.6, n. 11, p.12, nov. 2007.

LOPES, Rafael da Costa. A construção do personagem no jornalismo esportivo. **Universitas**: Arquitetura e Comunicação Social. Brasília, v. 12, n. 2, p. 39-48, jul./dez. 2015.

MEZZAROBA, Cristiano. **Os Jogos Pan-americanos Rio/2007 e o agendamento midiático-esportivo**: um estudo de recepção com escolares. 2008. Dissertação (Mestrado) - Programa de pós-graduação em Educação Física, Santa Catarina, 2008.

MORIN, Edgar; SARDINHA, Maura Ribeiro. Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo - 1 neurose. 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitaria, 1969.

NETO, Antonio Fausto. O agendamento do esporte: uma breve revisão teórica e conceitual. **Verso & Reverso Revista da Comunicação**. São Leopoldo, ano 16, n.34, p. 9-17, jan./ jun, 2002.

OSELAME, Mariana Corsetti. **Fim da notícia**: o "enraçadismo" no campo do jornalismo esportivo de televisão. 2012. 143 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2012.

OSELAME, Mariana Corsetti. Padrão globo de jornalismo esportivo. **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, v. 1, n. 24, p. 63-71, fev. 2010.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. A espetacularização do esporte e o infotimento no jornalismo esportivo: o Globo Esporte (TV) e o UOL Esporte durante a Copa do Mundo de 2014. **Revista Alterjor**, v.2, n.10, p. 143-158, jul./fez. 2014.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PRADO, Luciana. A imagem de um ídolo do esporte reproduzida como produto de consumo midiático. In: CONGRESSO INTERNACIONAL COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 2014, São Paulo. **Resumos**. Universidade Federal do Estado de Goiás, 2014. P. 15.

RIBEIRO, SDD; PIRES, G. L. **Indústria cultural, esporte e mídia: faces ocultas do poder simbólico**. In: Criciúma/SC, II Congresso. 2004.

SILVEIRA, Nathália Ely da. **Jornalismo Esportivo: conceitos e práticas**. 2009. 92 f. Dissertação (Bacharel) - em jornalismo, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

SOUZA, Ana Marcia de. **Esporte espetáculo: a mercadorização do movimento corporal humano**. 1991. 152 f. Dissertação (Mestrado) - em Educação do centro de ciências da Educação da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1991.

SOUZA, Flaviana de Cerqueira. **Função social do jornalismo esportivo: uma análise dos programas Globo Esporte e Esporte Espetacular**. 2006. 48 f. Monografia (Bacharel) – em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo pelo Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2006.

THOMPSON, J.B. **A Mídia e a Modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

TUBINO, Manoel. **Dimensões sociais do esporte**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo esportivo**: relatos de uma paixão. São Paulo: Saraiva, 2000.

ANEXO A - CARREIRA DOS JOGADORES

Anexo 1 - Lulinha

Carreira nas categorias de base

2005 a 2007 - Corinthians

2005 a 2007 - Seleção Brasileira sub-17: 16 gols em 16 jogos

Carreira profissional

2007 a 2012 - Corinthians: 4 gols em 85 jogos

*2009 a 2010 - Estoril: 3 gols em 31 jogos

*2010 a 2011 - Olhanense: 2 gols em 20 jogos

*2011 a 2012 - Bahia: 10 gols em 74 jogos

2013 - Ceará: 20 gols em 47 jogos

2014 - Criciúma: 2 gols em 15 jogos

2014 a 2015 Ceará: 2 gols em 20 jogos

*2015: Red Bull Brasil: 4 gols em 14 jogos

2015 - Botafogo: 3 gols em 21 jogos

2016 - Mogi Mirim: 2 gols em 12 jogos

Clube atual - Pohang Steelers: 16 gols em 27 jogos

*(Empréstimo)

Títulos

Seleção Brasileira

Campeonato Sul-Americano Sub-17 de 2007

Corinthians

Campeonato Brasileiro Série B 2008

Campeonato Paulista 2009

Copa do Brasil 2009

Bahia

Campeonato Baiano 2012

Ceará

Campeonato Cearense 2013

Botafogo

Campeonato Brasileiro Série B 2015

Total de títulos: 7

Prêmios individuais

Revelação do Campeonato Brasileiro 2007

Maior assitente do Campeonato Português Série B

Anexo 1 - Jean Chera

Carreira nas categorias de base

2000 a 2005 - Associação Desportiva Atlética do Paraná (ADAP)

2005 a 2011 - Santos

2011 - Genoa (ITA)

2011 a 2012 - Flamengo

2013 - Atlético Paranaense

2013 - Cruzeiro

Carreira profissional

2014 - Oeste: nenhum jogo

2014 - CS Univesitatea Craiova (BEL): nenhum jogo.

2014 - Paniliakos (GRE): 4 jogos e nenhum gol.

2014 - Buelna (ESP): nenhum jogo.

2015 - Cuiabá: 2 jogos e nenhum gol.

2015 a 2016 - Santos B: nenhum jogo

*2016 - Portuguesa Santista: 2 gols em 3 jogos.

Clube atual - Sinop: 8 jogos e nenhum gol.

*(Empréstimo)

Títulos

Cuiabá

Copa Verde 2015

Campeonato Mato-Grossense 2015

Total de títulos: 2

Prêmios individuais

Não possui

Anexo 1 - Keirison

Carreira nas categorias de base

2000 a 2006 - CENE

2006 - Coritiba

Carreira profissional

2006 a 2008 - Coritiba: 65 gols em 122 jogos.

2009 - Palmeiras: 24 gols em 36 jogos

2009 a 2014 Barcelona: Nenhum jogo

*2009 - Benfica: 7 jogos e nenhum gol.

*2010 - Fiorentina: 2 gols em 12 jogos.

*2010 a 2011 - Santos: 10 gols em 31 jogos.

*2011 a 2012 - Cruzeiro: 1 gol em 8 jogos.

2012 a 2015 - Coritiba: 7 gols em 47 jogos.

2016 - Londrina: 8 gols em 30 jogos.

2017 - Arouca-PORT: 2 jogos e nenhum gol.

Clube atual - Coritiba: 1 jogo e nenhum gol.

*(Empréstimo)

TítulosCoritiba

Campeonato Brasileiro da Série B 2007

Tricampeão Paranaense (2008, 2012 e 2013)

Santos

Campeonato Paulista 2011

Copa Libertadores da América 2011

Palmeiras

Taça Osvaldo Brandão 2009

Total de títulos: 7

Prêmios individuais

Melhor Atacante do Campeonato Paranaense 2008

Melhor Jogador do Campeonato Paranaense 2008

Chuteira de Ouro do Campeonato Paranaense 2008

Bola de Prata (Placar) - Artilheiro do Campeonato Brasileiro de 2008

Chuteira de Ouro da Revista Placar 2008

Revelação do Brasileirão 2008

ANEXO B - MATÉRIAS UTILIZADAS NA PESQUISA

Anexo 1 - Lulinha

Promessa, Lulinha se diz metade Kaká, metade Ronaldinho

04/04/2007 19h04

Mais badalado dos quatro jogadores promovidos ao elenco profissional do Corinthians, Lulinha, destaque da seleção brasileira sub-17, mostrou personalidade e ousadia ao conceder entrevista coletiva nesta quarta-feira.

O jogador, que foi o pivô da discussão entre o ex-técnico Emerson Leão e seu procurador, Wagner Ribeiro, que cobrou publicamente uma chance para o seu pupilo no time principal, se comparou a dois dos mais importantes jogadores brasileiros em atividade na Europa.

"Meu estilo é uma mistura de Kaká com Ronaldinho Gaúcho. Tenho uma arrancada parecida com a do Kaká e sou habilidoso como o Ronaldinho", afirmou o meia, que completa 17 anos no próximo dia 10. Em seguida, procurou minimizar o que disse. "Mas só um pouco de cada um".

Lulinha também se disse fã de Ronaldo, hoje no Milan. "Admiro o Fenômeno. É um jogador que tem muita determinação. Passou por muita dificuldade e conseguiu se recuperar. Traçou como meta ser campeão da Copa do Mundo e foi", disse o corintiano.

No entanto, Lulinha não quer tanta responsabilidade logo de início. "Não é o Lulinha e mais três que estão subindo. São quatro jogadores dos juniores que estão tendo uma chance. Eu me coloco no mesmo nível deles", afirmou, referindo-se ao zagueiro Diego, o lateral-esquerdo Everton e o atacante Allisson.

"Eu tinha como objetivo vir para o elenco profissional. Agora estou aqui. Preciso trabalhar muito, provar muito ainda. Atuar na base e se destacar é diferente. Eu me considero pronto, mas só vamos saber se isto é verdade dentro de campo", continuou.

"Quero ser titular, mas é um pensamento que tenho para daqui um ano e meio, dois... Depois também sonho em chegar à seleção principal, mas vai demorar", finalizou Lulinha, que foi o destaque da seleção sub-17 na conquista do sul-americano da categoria, disputado mês passado, no Equador.

Além de Lulinha, Everton também concedeu entrevista. O jogador, que pode até ser titular contra o América, no sábado, afirmou que ainda vive um sonho. "A ficha não caiu ainda", disse. "A minha família ficou eufórica. É muito gostoso estar no profissional, mas preciso trabalhar muito agora", completou.

Faltam 808 para o "Lulinha mil"

Artilheiro do sub-17 não atuou ainda no time principal do Corinthians, mas tem ao menos 192 gols

Sensação no Sul-Americano juvenil no Equador, meia-atacante pode ser campeão hoje e ampliar sua lista de tentos em torneios de base

25/04/2007

Pelas contas de Romário, faltam só 808 gols para Lulinha, 16, chegar ao seu milésimo.

"Lulinha sempre fez muitos gols. Ele não é aquele meia antigo, ele é meia-atacante. Desde os dez anos, brilhava, e contra jogadores de 14 anos. O Willian [meia do time principal do Corinthians] é muito bom, mas o Lulinha é a maior promessa que já vi", diz Edson Rocco, técnico das divisões de base do Corinthians que ""descobriu" o já badalado jogador para o clube.

Se você não sabe ainda quem é Lulinha, trata-se do artilheiro e melhor jogador do Sul-Americano sub-17, que está sendo jogado no Equador. Um empate hoje contra os donos da casa ou até mesmo uma derrota com combinação de resultados dá o título para o país e para a mais nova revelação corintiana.

"Ele começou no futsal e chegou ao Corinthians em 2000 já disputando competições sub-10, como chamamos aqui, da associação paulista. E foi marcando muitos gols em todas as categorias até hoje", diz Hugo Machado, supervisor das divisões de base do Corinthians.

A lista de Lulinha que a Folha mostra, tendo como fontes maiores Corinthians e federação paulista, levou alguns dias para sair, mas impressiona.

Além dos 11 gols no atual Sul-Americano sub-17, Lulinha, que se chama Luiz Marcelo, fez neste ano três gols na Copa São Paulo júnior. Em 2006, foi artilheiro do Paulista juvenil com 27 gols, anotou oito na Copa Promissão e outros quatro em tradicional torneio no Japão.

Em 2005, também marcou quatro gols nessa disputa na Ásia, anotou mais 12 na fase qualificatória da competição internacional e fez 18 gols no Paulista sub-15 e mais quatro na fase nacional da Nike Premier Cup, um Mundial infantil não-oficial. Nos quatro anos anteriores, marcou em média 22,5 gols por temporada.

"Eu não tenho as contas, até pensei em fazer isso. Mas os números são mais ou menos esses. O Lulinha começou a jogar com cinco anos. Se contar gols do futsal, deve estar com 400 ou 500", fala Vanderlei Macedo dos Reis, 40, pai do atleta.

Pelas contas do levantamento da carreira de Lulinha feito pela Folha, bem mais minucioso do que o feito com Alexandre Pato (por falta de dados), o corintiano tem 192 gols - Romário tem apenas 40% disso como amador em sua polêmica lista com 998 tentos.

Leão, o técnico do time principal do Corinthians, já disse que não planeja contar com a sensação juvenil neste ano em seu elenco. O jogador, cujo contrato com o clube paulista vai até 2009, é empresariado por Wagner Ribeiro, agente que contribuiu para as vendas de Kaká e Robinho para a Europa.

"No ano passado, chegou uma proposta do Real Madrid por ele. Também teve time do Japão interessado no Lulinha. Mas nós não pensamos em dinheiro assim", diz Vanderlei, que fala com orgulho do apartamento e do carro que recebeu com as luvas que Lulinha ganhou pelo seu atual contrato.

O craque tem como ídolos Zidane e Ronaldinho. "Gostaria de jogar com ele no Barcelona", disse ao site da Conmebol, que o chama de "presidente" do gol (por consagrar na bola o nome do presidente Lula).

Lulinha deve ser a estrela no Pan-2007, quando a seleção sub-17 atuará, e no Mundial da categoria, na Coréia, no segundo semestre.

Eterna promessa corintiana, Lulinha assina com o RB Brasil para engrenar

Caçula da primeira divisão do Campeonato Paulista anuncia contratação do meia de 24 anos. Quem também chega é o ala Hélder, outro que passou pelo Ceará em 2014

14/01/2015 12h44 - Atualizado em 14/01/2015 12h44

O RB Brasil oficializou mais duas contratações para a estreia na primeira divisão do Campeonato Paulista. O mais famoso é Lulinha. Promessa badalada do Corinthians, que chegou a tratá-lo como craque quando subiu ao profissional, o meia de 24 anos assinou contrato até o fim de maio na tentativa de engrenar definitivamente a carreira. Ao seu lado, estará o lateral-esquerdo Hélder, companheiro dos tempos de Ceará. Os dois disputaram a Série B do Brasileiro pelo Vozão.

– Cresci no Corinthians, mas tive passagens por outros grandes clubes do país. Espero aproveitar essa experiência para ajudar o RB Brasil a conquistar os seus objetivos – afirmou Lulinha, que, além do Timão, defendeu Estoril e Olhanense (ambos times de Portugal), Bahia, Criciúma e Ceará. Isso tudo com 24 anos de idade.

A passagem frustrada pelos profissionais do Corinthians chamou atenção no início da carreira. Maior joia da equipe na base, principalmente por marcar 297

gols pelo clube em torneios juvenis e juniores, Lulinha subiu ao time de cima com 17 anos, mas em meio à campanha frustrada de rebaixamento à Série B do Brasileiro. Tinha cláusula contratual estipulada em US\$ 50 milhões, ganhou aumento salarial pomposo, mas não correspondeu. Foram três gols em 63 partidas. Agora, volta a São Paulo para ter o sucesso que faltou no passado.

– Nós sabemos das dificuldades que teremos pela frente, pois o Paulistão é o Estadual mais competitivo do Brasil. Mas acredito que a nossa equipe tem totais condições de fazer uma grande campanha – disse o novo reforço.

A dupla completa a relação do Toro Loko para a elite (são 13 contratações e mais Rychely, ex-Goiás, que ainda não foi anunciado). As caras novas se juntam à base vice-campeã da Série A2 de 2014, que tem o goleiro Juninho, os zagueiros Anderson Marques e Fabiano Eller e o volante Andrade. Hélder, que também assinou até o fim do Paulista, elogiou a força do grupo.

– Já tinha ouvido falar muito sobre a estrutura do clube, e tudo isso se confirmou quando eu cheguei aqui. A gente nota que o ambiente de trabalho é muito bom e que estão todos muito focados em fazer um grande Paulistão e conquistar os objetivos do clube, como a vaga na Série D do Campeonato Brasileiro – afirmou o lateral de 26 anos, que já defendeu Londrina, Grêmio, Bahia, Sertãozinho e Figueirense e tem uma curiosidade. É nascido em Três Corações (MG), o que lhe deixa como conterrâneo de Pelé, o Rei do Futebol.

Antes de Lulinha e Hélder, o RB Brasil anunciou as chegadas do goleiro Gabriel Leite, dos laterais Everton Silva e Jonas, dos zagueiros Willian Magrão e Samuel, dos volantes Carlinhos e Jocinei, dos meias Allan Dias e Gustavo Scarpa e dos atacantes Isac e Pingo. Rychely, do Goiás, deve ser emprestado e completar o elenco do Toro, que estreia no Paulistão em 31 de janeiro, contra o Capivariano, fora de casa.

Confira as fichas dos novos reforços:

Hélder

Nome completo: Hélder Silva Santos

Local de nascimento: Três Corações (MG)

Data de nascimento: 21/10/1988 (26 anos)

Altura: 1,81 m

Peso: 79 kg

Clubes: Londrina, Grêmio, Bahia, Sertãozinho, Figueirense e Ceará

Lulinha

Nome completo: Luís Marcelo Moraes dos Reis

Local de nascimento: Mauá (SP)

Data de nascimento: 10/04/1990 (24 anos)

Altura: 1,71 m

Peso: 66 kg

Clubes: Corinthians, Estoril (POR), Olhanense (POR), Bahia, Criciúma e Ceará.

Eterna promessa do Corinthians, Lulinha faz golaço na Coréia do Sul. Assista

O ex-jogador do Corinthians Lulinha, conhecido como “eterna promessa” do Parque São Jorge, atualmente defende as cores do Pohang Steelers, equipe da Coreia do Sul. Neste sábado, o meia foi o grande personagem na vitória de virada do seu time sobre o Seoul, por 3 a 2.

07/05/17 10H20

Lulinha anotou dois gols no triunfo. O segundo, foi um verdadeiro golaço. A jogada começou de um cruzamento vindo da esquerda, a bola voltou para dentro da pequena área e Lulinha estava lá. Com um bonito voleio ele mandou para o fundo das redes.

Nas categorias de base do Corinthians, Lulinha rapidamente chamou atenção pelo número de gols marcados. Logo, também acabou sendo convocado para a Seleção Brasileira Sub-17. As boas apresentações vestindo a amarelinha fizeram com que clubes da Europa monitorassem o atleta. Chelsea, Barcelona e Real Madrid chegaram a sondar a situação contratual da joia da Fiel.

Pensando no lucro que poderia ter em uma futura venda, a diretoria corintiana na época renovou seu vínculo e estipulou uma multa rescisória no valor de UU\$ 50 milhões. No entanto, o momento ruim do clube dentro e fora das quatro linhas, acabaram prejudicando a trajetória do jogador.

Anexo 2 – Jean Chera

O futuro do futebol canarinho

05/06/2006

"Para mim, não tem Ronaldinho, não tem ninguém. Ele é o número um", elogia a mãe de Leto, Denilda Conceição.

"É até meio complicado falar porque mãe é suspeita, mas acho que ele bate na bola de um jeito diferente dos outros meninos da mesma idade. Tem uma habilidade que não é todo garoto que tem", diz a mãe de Jean Carlo, Loreci Ribeiro Chera.

Jean e Leto são protagonistas de duas histórias de amor. Em comum, a mesma certeza de viver destinos parecidos. São apenas dois meninos, mas já mudaram a vida de suas famílias, que, por mais uma coincidência, saíram do interior do Paraná. A de Jean trocou Campo Mourão por Santos e a de Leto viajou de Foz do Iguaçu para tentar a vida em Xerém, Duque de Caxias, na Baixada Fluminense. Duas famílias que migraram. Nos dois casos, empurradas por uma certeza que tem tudo a ver com orgulho. Ou não?

"Todo pai tem orgulho de um filho", diz o pai de Leto, Walter Sorreição.

"É complicado, porque a gente pode se empolgar um pouco. Ele se dedica a jogar futebol porque quer, não por nossa força", conta o pai de Jean, Celso Chera.

Jean conta que planeja chegar ao futebol profissional com 16 anos. É uma promessa feita a si mesmo. Por isso que ele foi a Santos.

Leto, o menino que foi para Xerém, revela: "O brinquedo que eu mais gosto é a bola, sem dúvida".

Dúvidas? Eles têm é uma coleção de certezas. Jean é um exemplo sem precedentes no futebol brasileiro. Ou você conhece alguém que aos 10 anos de idade já treinou no Bochum, da Alemanha, no Valencia, da Espanha, que jogou, fez gol e ganhou medalha no Qatar e em todos esses lugares teve proposta para morar e jogar?

No quarto de Jean, vêem-se os objetos do jogador cobiçado, valorizado. Na sala, vê-se a criança que ele, felizmente, não deixou de ser.

Uma sala, uma bola. Pobres flores... A mãezinha, então, coitada... Tem problema não, estamos aí para isso. Estamos aí para o futebol, diversão e ofício de Jean Carlo. Aos 10 anos de idade, ele tem contrato até 2011 com o Santos. Salário: R\$ 10 mil por mês. É o que vale, por enquanto, o direito de ter o talento do garoto a serviço do clube. Jean tem carinha de criança e alma de craque. "Acho que é um dom que Deus me deu", resume.

Olhinhos fechados, coração bem aberto. Leto revela sua oração: "Peço que Deus sempre me ajude, que me dê bastante saúde e alegria. Porque eu quero chegar lá em cima para ajudar meu pai e minha mãe. Meu sonho é ser um jogador de futebol da seleção brasileira".

Aos 11 anos, o menino mostra o muque e afirma: "Vai dar tudo certo, porque Deus me protege". Leto, o aluno, garante: "Pode perguntar tudo". Mais que tudo, esse menino sabe sorrir.

"Ele tem um sorriso maravilhoso, é muito amigo e muito solidário. Os colegas gostam dele", conta a professora Rosângela Trefiglio.

"Nunca dei um tapa nele e ele nunca brigou com outra criança", orgulha-se o pai de Leto.

De onde vem a simpatia? "Da educação da minha família", responde Leto. O menino trata todo mundo bem, especialmente a bola. É como se ele e ela se conhecessem há muitos anos. Juntos, desenvolveram uma relação de extrema intimidade. E ele é só um menino – com 11 anos, 1,32 metro de altura e chuteiras número 31. Como um mágico, que atravessa paredes e nos faz acreditar no impossível, o menino Leto também nos convida ao mundo da imaginação.

"Quando o cara toca para mim, eu já tenho na cabeça tudo o que tenho que fazer – chutar para o gol, tocar a bola ou driblar", conta Jean. Do time mirim do Santos, ele é o mais novinho. Todo mundo tem entre 11 e 12 anos. E Jean tem 10. Dez na proteção à bola. Dez no drible e no passe longo. Desbrava caminhos no povoado campo adversário.

Jean dribla um, dribla dois e aí, cabeça erguida, toca, com precisão profissional. Já conhece os rigores de ser o mais famoso. Sofre na pele e nas pernas, que o massagista se acostumou a socorrer. Pernas de um brasileiro que é notícia desde bem cedo.

Prodígios do filho que banca a família aos 10 anos; do garoto de comportamento que encanta os pais. Ainda mais novo, Jean declarou: "Sou muito humilde – dentro e fora de campo".

"Ele é humilde demais, acho até que é uma vantagem", comenta a mãe do pequeno craque.

Prodígios... Jean está adiantado também na escola. Ele cursa a sexta série. Só falta dizer que já tem namorada. "Ainda sou novo, vou deixar para namorar só quando crescer. Primeiro, quero jogar bola", diz.

A mãe de Jean diz que ele é bem calmo, ao contrário do irmão, Ruan. O capitão desse time é Celso, um ex-madeireiro que hoje exerce a função de... pai de Jean. A vida melhorou, além dos R\$ 10 mil mensais, o Santos paga o apartamento e a escola dos meninos. Celso está feliz com o modelo de vida, mas não cobra de Jean a responsabilidade de manter a casa.

Na escola pública, em Xerém, Duque de Caxias, no Grande Rio, Leto viaja para muito além de nosso mapa. A professora Rosângela viaja também. "Quero vê-lo na Copa, se Deus quiser", diz ela.

Nem clube ele tem ainda. Mas já sabe dar um laço no tênis de um jeito que muito jogador profissional jamais deu: equilibrando a bola no pescoço. A família de Leto saiu de Foz do Iguaçu, no Paraná, atraída por empresários que prometiam muito ao menino. E ficaram na promessa.

"Eu fui enganado várias vezes. Cheguei a querer voltar", desabafa o pai.

"Dependemos de ajuda dos outros, como de seu Roberto, para sustentar nossos filhos", conta a mãe.

E não é um "seu Roberto" qualquer. É Roberto Alvarenga, que por 40 anos chefiou o Departamento de Futebol do Fluminense. Descobridor de craques como Edinho e Carlos Alberto Torres. O homem que convenceu Telê Santana a ser técnico de futebol.

"Temos que saber em quem acreditar. Pegar um fenômeno desses e largar na mão de qualquer um é um desastre", comenta Alvarenga. "E ele é um fenômeno. Eu nunca me enganei". Roberto Alvarenga hoje é o vovô Bebeto, a sussurrar segredos da bola para Leto.

"Ao Roberto, uma lembrança do Pelé – 12 de setembro de 1970". A camisa que o rei usou ficou guardada por mais de 35 anos. E só Leto mereceu o presente. Porque vovô Bebeto enlouquece em cada cobrança de falta, quando o menino domina no peito e dribla o zagueirão, em cada drible, em cada "ronaldice" dessa rica sementinha de futebol brasileiro. "Esse menino é um anjo de carne e osso", derrete-se Alvarenga.

"Vários empresários vieram conversar para tentar cuidar da carreira do Jean", conta o pai do menino. Por enquanto, é ele quem cuida de tudo. Preferiu o Santos e rejeitou as propostas para jogar na Espanha e na Alemanha porque achou que era cedo demais para a família mudar de país. Jean faz história por aqui. História que eles gravam seguidamente, em DVD ou em fotos.

Ruan, o irmão mais novo, reconhece Robinho em uma das imagens. Robinho é a inspiração. O craque outro dia era criança no mesmo campo em São Vicente, onde treina o Santos mirim e onde reina o professor Betinho Santos. Foi ele quem levou Robinho ao Santos. Foi ele o primeiro treinador de Robinho.

"Eu peguei o menino com 5 anos de idade. Durante quatro anos, levava ele para o treino. Às vezes, voltava de madrugada, com ele dormindo no meu colo. Ver seu sucesso é como a alegria de um pai", diz o treinador.

Betinho não é de se enganar e vê em Jean o potencial para repetir o fenômeno Robinho. "Ele é fora do comum. Saiu como artilheiro de todos os campeonatos que disputou", conta.

Leto ainda não tem clube, nem salário, como Jean. Mas, como o menino que faz sucesso em Santos, ele tem talento e muita fé. Para repetir o roteiro de Robinhos, Kakás e Ronaldos e para dar dias melhores à família, a fórmula é essa: um menino, uma bola e uma certeza inabalável. "Vai dar tudo certo, porque Deus me protege", confia Leto.

Menino com vida de adulto: Jean Chera sonha com promoção precoce

Com 15 anos, ele espera jogar com Neymar e Ganso aos 16, a partir de maio. Sem se deslumbrar, meia é blindado pelos pais para evitar empresários

24/12/2010 11h00 - Atualizado em 24/12/2010 11h00

Com apenas dez anos, ele chamou a atenção por dribles irreverentes e muita habilidade. Aos 15, tem a rotina de um adulto, embora ainda não seja profissional. Cercado de olhares, Jean Chera carrega o peso de ser a nova promessa do Santos. Passando férias em Sinop, sua cidade natal, o menino descansa, fica com a família e deixa de lado um pouco o dia a dia puxado. Mostra ansiedade para estar entre os profissionais em maio, quando completa 16 anos, e deseja ter o mesmo sucesso que Neymar e Ganso.

Jean não disfarça a vontade de logo estar ao lado da dupla que aprendeu a admirar de tão perto. Meia abusado, segue os passos de Ganso Mesmo esperando subir logo, o garoto sabe que a chance pode vir somente em 2012.

- Por mim estaria pronto hoje, mas em maio completo 16 e espero estar pronto e fazer muito sucesso. O projeto mesmo é 2012 no centenário, mas estou trabalhando forte para que em maio já possa trabalhar com o time principal. Com o Neymar cheguei a treinar junto em 2005, é um espelho também, e tem o Ganso que é da mesma posição que a minha, por isso procuro me inspirar bastante nele - ressaltou.

Apesar da empolgação de Jean, o pai Celso sempre coloca freios no meia e procura impedir que ele se deslumbre. Afinal, é para ficar impressionado mesmo. Com 15 anos, Jean já ganha um bom salário, recebe mais uma quantia de um patrocinador e mora em Santos com os pais em um local pago pelo clube.

- Pronto para jogar no profissional ele pode até estar, mas só tem 15, faz 16 em maio, é cedo ainda. Tem que ir com pé no chão, com calma, 2012 pode ser a hora certa. O Jean é um menino com cabeça boa e humilde, cuidamos dele, não tem empresário no meio, mas tem um monte em cima. Fazemos de tudo para que ele se mantenha firme - explicou o pai.

A rotina também é de gente grande. Treino de manhã com o grupo do sub-17 do Peixe, à tarde com o sub-15, sua categoria, e escola à noite. E claro, já tem muitas fãs atrás. O garoto curte tudo, espera que venha ainda mais assédio e muito sucesso.

- Não estou nem um pouco cansado, quero seguir muitos anos assim. A rotina cansa um pouco, pois treino de manhã, à tarde e à noite vou pra escola. Chego ao fim do dia cansado, mas meu sonho é ser um grande jogador e vou seguir em frente. Nada me desagrada, tenho que passar por tudo. O que eu gosto mesmo é do carinho dos fãs, é assim desde que cheguei ao Santos. Saí

de uma cidade pequena, no interior do Mato Grosso, e nada vai subir à minha cabeça - garantiu o menino.

Loreci, mãe do garoto, não tem pressa para ver Jean estourar. Para ela, tudo tem seu tempo. E o que ela mais gostou mesmo é de ver que o filho está conseguindo perder a timidez aos poucos.

- Eu não tenho essa ansiedade, acho que sou a mais tranquila da família e estou até acostumada, pois ele começou cedo. Ele não mudou praticamente nada, o temperamento é o mesmo, muito tranquilo, humilde, espero que não mude. Se soltou bastante, precisa, está evoluindo nessa parte e acho bom - contou a mãe, que se intitula como a maior fã do jovem talento.

Férias com churrasco e elogios de Rogério Ceni

Em Sinop, Jean aproveita para curtir o churrasco dos amigos, jogar sinuca, mas não deixa a bola de lado. Na última terça-feira, jogou uma partida beneficente ao lado de Rogério Ceni no campo do Sinop. Deixou o seu de pênalti e recebeu elogios do goleiro e ídolo são-paulino.

- Vejo ele como um menino muito talentoso, tem tudo pra fazer sucesso, está sendo trabalhado para isso. Se quiser ir jogar no São Paulo está convidado (risos). O pai até perguntou se ele um dia vai fazer gol em mim, acho difícil pela idade, mas quem sabe ele não pega meu fim de carreira - ressaltou Ceni.

No sossego de Sinop, Jean confessa que deixar a pacata cidade do Mato Grosso para morar em Santos foi uma grande mudança na sua vida.

- Assustou um pouco mudar para uma cidade grande, nunca tinha visto praia, mas o importante é que meus pais sempre estiveram comigo. Agora estou aqui curtindo as férias e comendo muito churrasco. Aliás, é o que mais tem aqui, mas tenho que me cuidar para não engordar - lembrou Jean.

Juan, irmão menor de Jean, que tem sete anos, provocou ao dizer que jogava muito. Mas ao ser apertado, confessou quem é o craque da família.

- O melhor é ele - sorriu o caçula.

"Eterna promessa" do Santos, Jean Chera abandona futebol e vai morar no interior

Depois de rodar por várias equipes do Brasil e do exterior, o meia-atacante estava emprestado pelo Peixe à Portuguesa Santista, que disputa a Segunda Divisão do Campeonato Paulista. Após uma lesão no tornozelo, Chera se sentiu desmotivado e passou a faltar nas sessões de tratamento.

Publicado às 23:01 de 18/07/16

O fato irritou a diretoria da Briososa, que pronunciou, por meio do gerente de futebol Samuel Maninho, a intenção de devolver o atleta ao Alvinegro Praiano. Além da demora na recuperação que inviabiliza o retorno em tempo hábil para a competição, Jean também se encontra acima do peso.

Nesta segunda (18), então, o jogador anunciou, em redes sociais, a venda dos móveis de sua casa em Santos para seguir a sua vida na cidade natal, localizada no interior mato-grossense, com a família.

Carreira precoce e conturbada

Jean Chera tem apenas 21 anos, mas pode ser classificado como um andorlho do futebol. Além do próprio Santos, onde surgiu em 2005 como uma das grandes apostas e saiu de forma conturbada em 2011 (desentendimento entre o pai e a diretoria por conta de salários), passou por muitos clubes nos anos seguintes.

Vestiu camisas de Atlético-PR, Flamengo, Genoa (ITA), Cruzeiro, Oeste, Paniliakos (GRE) e Cuiabá, mas não conseguiu se firmar e, desde o ano passado, tentava aproveitar uma segunda chance no Peixe. Agora, depois de passar a ser considerado “eterna promessa”, chegou ao ponto de tomar a decisão da aposentadoria precoce.

Jean Chera deveria ser craque, largou o futebol e decidiu voltar. Aos 21 anos

Meia que apareceu como criança prodígio foi anunciado nesta quarta-feira como reforço do Sinop-MT, para 2017. Carreira do garoto ainda espanta quem o conheceu

23/11/2016 16h31

Jean Chera estava decidido a abandonar o futebol aos 21 anos. A ideia durou até encontrar, há dois meses, Agnaldo Turra, presidente do Sinop Futebol Clube, amigo da família. Eles se conhecem há anos. Foi a senha para o meia de 21 anos decidir voltar ao futebol. Mais uma vez.

- Se você permitir, vou tentar de novo - disse Chera para o dirigente.

- Você sempre será bem-vindo, Jean - devolveu o dirigente.

O meia foi anunciado nesta quarta como reforço do Sinop para o Campeonato Mato-grossense de 2017. Assinou contrato de um ano e será apresentado nesta sexta-feira.

- Jean surgiu daquela forma que a gente sabe e nunca estourou. Tenho certeza que vai jogar bem. Ele desta vez está bem de cabeça, focado. Vai render - prometeu Turra, em entrevista ao LANCE!.

"Aquela forma que a gente sabe" resume uma carreira curta, mas que se transformou em novela para quem acompanha o futebol brasileiro. A criança prodígio disputada a tapa por grandes clubes, contratada a peso de ouro pelo Santos aos 10 anos de idade. O pai, Celso Chera, brigou por "valorização" quando a equipe de Vila Belmiro queria pagar R\$ 80 mil mensais ao garoto de então 16 anos.

A partir daí, a coisa desandou e Chera virou andarilho da bola. Passou pelo Genoa (ITA), Flamengo, Atlético-PR, Cruzeiro e Oeste de Itápolis. Passou pela Romênia, Grécia e Espanha. Voltou para o Santos, que o emprestou para a Portuguesa Santista e disputou nesta temporada a quarta divisão do Paulista. Após sofrer uma contusão no treino, Chera cansou de tudo. Jogou a toalha e resolveu abandonar a carreira. A namorada estava grávida. Mudou-se para Sinop, onde cria o filho, hoje com três meses.

- A gente não tem o que reclamar do Jean. Ele se esforçou para jogar pela Portuguesa. O problema foi quando sofreu a contusão. Ele entrou em parafuso. Desistiu de tudo. Não estava satisfeito com a gestão da carreira dele, de quem o representava. É um menino educado e querido por todo mundo. Torcemos pelo bem dele. Chegou aqui dez quilos acima do peso. Perdeu nove. Então, podemos dizer que se esforçou, mesmo com facilidade para engordar - diz ao LANCE! um dirigente do clube santista.

A declaração de que ele tem facilidade para ganhar peso surpreende. As queixas quanto à administração da carreira, não. Jean Chera disse publicamente que ter a vida administrada pelo pai, Celso, o atrapalhou bastante. Arrependeu-se de sair da Vila Belmiro, em 2011.

- Eu disse para o Jean: não cabe a mim. Cabe a você jogar. As conversas que tivemos foram maduras. Ele sabe depender apenas dele - completa Agnaldo Turra.

Há 20 dias, Chera treina com personal trainer para entrar em forma.

Para todos no Santos, ele e Neymar deveriam ser a nova versão de Diego e Robinho. O meia cerebral. O atacante driblador e artilheiro. Mas enquanto um era contratado pelo Barcelona a peso de ouro, o outro pedia para jogar no Atlético-PR.

- O Jean era um grande meia quando chegou no Santos. Era um menino de muita habilidade e visão de jogo. Quando ele estava com a bola no pé, ninguém a tirava dele. Era impressionante. Decidia jogos com lançamentos e cobranças de faltas. Só que, de repente, ele começou a ficar muito forte, mais lento. Não conseguia mais fazer as mesmas jogadas. Não tenho a menor ideia do que aconteceu, mas gostaria de saber - explica Betinho, que o treinou nas categorias de base do Peixe.

O Santos nega que o jogador tenha feito qualquer tratamento especial para ganhar músculos e engordar. Mas para quem trabalhava no clube, isso ficava claro a cada semana.

A convivência de dirigentes, funcionários dos clubes e companheiros sempre foi boa com o armador. Ele nunca recebeu a pecha de "mascarado". O mesmo não pode ser dito sobre seu pai. O presidente do Santos em 2011, Luis Alvaro de Oliveira, confessou a conselheiros que era impossível negociar com Celso Chera.

Até os contatos com as psicólogas do clube eram limitados. Sonia Roman, que trabalhava no clube na época, disse aos cartolas que Chera precisava de acompanhamento para suportar as demandas de alguém que parecia destinado a ser craque. Não foi ouvida.

- Todos os meninos, inclusive o Jean, são acostumados a ouvir que vão conseguir o que quiserem, vão poder comprar qualquer coisa e terem a mulher que desejarem. A vida não é assim - analisou Sona.

O LANCE! tentou falar com Jean Chera, mas o Sinop o proibiu. Segundo o presidente, ele só vai dar entrevistas na apresentação, nesta sexta-feira. A reportagem não conseguiu contato com Celso Chera.

- Eu tenho certeza que o Jean está motivado. Ele tem tudo para voltar a jogar bem. Todos nós acreditamos nisso - afirma Turra.

Parece que ele fala de um veterano que tenta espremer as últimas gotas da carreira. Não de um menino de 21 anos.

Anexo 3 – Kerisson

Santos vê novo "show" de Keirrisson em goleada do Coritiba

Jovem atacante do time paranaense marcou ao todo sete gols em dois confrontos contra o time da Vila Belmiro e já é o vice-artilheiro do Brasileirão, atrás apenas de Kléber Pereira

22/11/2008 20h38

CURITIBA - No primeiro turno, na vitória do Coritiba sobre o Santos, Keirrisson deixou a sua marca, fazendo os três gols do triunfo paranaense. Neste sábado, a história se repetiu.

Os santistas viram o atacante do Coxa dar show e marcar quatro vezes no confronto deste sábado, no Couto Pereira, pela 36ª rodada do Campeonato

Brasileiro. O placar final marcou 5 a 1 para o clube do Alto da Glória. Ariel Nahuelpan, para os donos da casa, e Molina, para os visitantes, completaram o marcador.

A goleada imposta pelo Coritiba levou a equipe para o sexto lugar na classificação geral. Com o revés em Curitiba, os alvinegros permanecem na 13ª posição, com 43 pontos. No domingo, a rodada terá o seu complemento e estas colocações podem ser alteradas. Na próxima rodada, o Alviverde recebe o Vasco, no Couto Pereira. Já o Peixe vai até o Mineirão, onde encara o Atlético-MG. As duas partidas acontecem no próximo domingo, às 17 horas.

Do drama à volta ao clube onde tudo começou: Keirrison passa carreira a limpo

Atacante comemora retorno ao Coritiba, fala de lesões, rótulo de eterna promessa e relembra pior momento da vida, quando perdeu o filho de dois anos em 2015

18/07/2017 13h27 - Atualizado 18/07/2017 19h09

O atacante Keirrison está de volta ao Coritiba para a sua terceira passagem pelo clube. Revelado nas categorias de base, em 2006, chegou a ser apontado como promessa do futebol brasileiro. Jogou no Palmeiras, foi contratado pelo Barcelona, vestiu as camisas de Benfica, Fiorentina, Santos e Cruzeiro. Voltou ao Coxa, depois se transferiu para o Londrina e seu último clube foi o Arouca, de Portugal.

Entre as passagens, conviveu com lesões sérias, impedindo com que o jogador despontasse no futebol. Além do futebol, Keirrison viveu um drama pessoal com a morte do filho de dois anos, Henri Lucca, em 2015, após complicações de uma virose. Na semana passada, voltou ao clube de origem. Na negociação, retirou a ação trabalhista que movia contra o Coxa, com valor de R\$ 3,6 milhões referentes a salários atrasados entre 2012-2015.

– Foi um pouco rápido, mas uma volta bem tranquila. Tive uma conversa com o presidente e o Pedroso bem sincera, e coloquei os meus pontos. Nós chegamos às lágrimas juntos porque existia uma sinceridade da minha parte de voltar. O Coritiba fez tudo por mim. Eu comecei aqui. Hoje o que a minha família tem é por causa do Coritiba. Era um dos sonhos voltar e poder dentro de campo ajudar os meus companheiros pelo que eles fizeram por mim. Agradeço demais por isso e quero retribuir em campo, fazendo o meu melhor. Vou me preparar muito bem para que eu possa fazer grandes coisas aqui dentro (veja o vídeo abaixo).

Em entrevista exclusiva à RPC (clique aqui para assistir), afiliada da Rede Globo no Paraná, "K9" passou a carreira a limpo. Detalhou a reunião que definiu sua volta ao clube, a vontade de voltar a vestir a camisa alviverde e

declarou seu amor pelo Coritiba, onde já anotou 72 gols em 169 jogos. O momento mais difícil do papo com o atacante foi quando lembrou da perda do filho e o consolo recebido dos jogadores do Coxa.

Em entrevista exclusiva à RPC (clique aqui para assistir), afiliada da Rede Globo no Paraná, "K9" passou a carreira a limpo. Detalhou a reunião que definiu sua volta ao clube, a vontade de voltar a vestir a camisa alviverde e declarou seu amor pelo Coritiba, onde já anotou 72 gols em 169 jogos. O momento mais difícil do papo com o atacante foi quando lembrou da perda do filho e o consolo recebido dos jogadores do Coxa.

Aos 28 anos e, segundo ele, vivendo seu melhor momento, Keirison também refutou o rótulo de "promessa que não deu certo". Depois de ajudar o Coxa a conseguir o acesso na Série B, em 2007, e fechou a temporada seguinte como maior artilheiro do país, marcando 41 gols. O desempenho levou o jogador ao Palmeiras, em 2009, e, em seguida, ao Barcelona. Sem atuar no time espanhol, foi para o Benfica e depois para a Fiorentina, voltou ao Brasil e atuou no Santos e no Cruzeiro, sem grande destaque.

– Não concordo, mas respeito as opiniões. Tem gente que acha que tem que ouvir só elogios. Não concordo porque já fiz dentro de campo, os meus números comprovam isso. Questão de promessa, creio que já passei por isso muito cedo. Conseguimos o título do Brasileiro em 2007, sendo um dos artilheiros. Ali não existia mais promessa. Hoje, por estar mais maduro, você consegue compreender, então eu tento respeitar (veja o vídeo abaixo).

Leia abaixo outros trechos da entrevista:

Objetivos

– Tenho uma vontade enorme de buscar. Acho que estou no meu melhor momento, em questões pessoais e em todos os aspectos. O mais importante é ver a minha família feliz. Eles sabem o quanto eu amo esse clube. Em campo tenho como alcançar aquilo que eu jamais vi. Vou trabalhar muito.

Saída do Coxa

– Tive problemas com pessoas aqui no clube, por maneiras de não cumprir. Eu, como trabalhador, tinha direito, fiquei um longo tempo em silêncio tentando resolver. Naquele momento vi que não teria solução, e queria mostrar à torcida o que estava havendo, o torcedor tem o direito de saber, ele paga o ingresso. Mas era algo que sempre me incomodou. A instituição não tinha nada a ver com isso. E eu amo tanto esse clube... então quando sentei com o presidente e o Pedroso eu queria resolver essa situação. O Coritiba precisava de mim também. De forma alguma ia deixar para trás, queria ajuda. Eles foram sinceros comigo, e eu optei por ajudar o clube mais uma vez e demonstrar esse carinho.

Keirrison hoje

– O passado é bacana porque tem momentos bons e difíceis, mas acho que com 28 anos eu sinto uma idade muito boa. Passei por tudo que eu possa imaginar, dentro e fora de campo, mas aprendi muito nas vitórias e nas derrotas. Vou passar por uma preparação muito boa e vamos buscar o melhor do Keirrison, é o que eu quero e busco. Creio que vai ser um novo (Keirrison). Não conhecemos ainda, e quero colocar tudo isso dentro de campo.

Cirurgias

– No joelho foram três de LCA (ligamento cruzado anterior, no joelho), as outras foram de revisão. Agradeço a Deus porque Ele colocou pessoas importantes na minha vida para que me ajudassem. Hoje me sinto curado e feliz, e pelo que meu corpo responder o que eu penso.

Reunião do acerto

– Na segunda-feira eu não consegui dormir, foi uma noite bem difícil, somente vinha o Coritiba dentro de mim. Na terça eu falei com meus amigos, e coincidentemente o Pedroso me ligou. Então coincidiu de eu contar a ele o que eu estava sentindo, essa vontade de voltar. Eu desabafei, falei que queria voltar, e que nós tínhamos que resolver a situação. Pude ver sinceridade neles. Deus fez isso e preparou tudo.

Terceira passagem e sem apresentação

– Eu sempre fui bem discreto e pra mim está sendo ótimo, não quero aparecer, o Coritiba é o mais importante. Fico feliz em fazer parte de um grupo tão bom. Conheço alguns, outros estou revendo.

Carreira e perspectivas

– Eu quero realmente desfrutar de cada dia. Desde que surgiu a situação de retornar eu estou aproveitando cada momento. Pareço um menino, quando eu morava aqui embaixo da arquibancada, subia e via que o jogo ia começar, já tinha o sonho de ser profissional. Com menos de 17 anos já estava fazendo gols. Eu volto com essa sensação.

Coritiba

– O Coritiba pra mim é tudo. Em casa tenho muita coisa do Coxa, então tenho vontade de fazer uma coisa nova, que as pessoas não viram e nem eu mesmo, mas por gratidão do que o Coritiba fez por mim.

Recado à torcida

– Aquilo que eles sempre viram em mim quando entrava em campo, mesmo quando as coisas não aconteciam, viam que sempre me dediquei. O Coritiba representa tanta coisa... Vou fazer o meu melhor, mesmo muitas vezes não atuando. Lógico que todo mundo quer jogar, mas sempre tive respeito. Vou fazer parte de uma equipe p