



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

**A GRANDE MORTE DE PELÉ E DE EDSON ARANTES DO  
NASCIMENTO: ENTRE O DIVINO E O HUMANO NA  
COBERTURA DO *JORNAL NACIONAL* E DE *O GLOBO***

**JOSÉ MÁRIO CURVO E FERRAZ SANTOS**

Rio de Janeiro

2024



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

**A GRANDE MORTE DE PELÉ E DE EDSON ARANTES DO  
NASCIMENTO: ENTRE O DIVINO E O HUMANO NA  
COBERTURA DO *JORNAL NACIONAL* E DE *O GLOBO***

Monografia submetida à Banca de Graduação  
como requisito para obtenção do diploma de  
Bacharel em Jornalismo.

**José Mário Curvo e Ferraz Santos**

**Orientador(a): Prof. Dr. Paulo César Castro**

Rio de Janeiro  
2024

# FICHA CATALOGRÁFICA

## CIP - Catalogação na Publicação

A474f                      Sobrenome, Nome  
                                  Título -- Rio de Janeiro, 2024.  
                                  78 f.

                                  Orientador(a):  
                                  Coorientador(a):  
                                  Trabalho de conclusão de curso (graduação) -  
                                  Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de  
                                  Comunicação, Bacharel em Jornalismo, 2024.

                                  1. Palavra-chave. 2. Palavra-chave. 3.  
                                  Palavra-chave. 4. Palavra-chave. 5.  
                                  Palavra-chave. I. Sobrenome, Nome, orient. II.  
                                  Sobrenome, nome, coorient. III. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia o trabalho **A Grande Morte de Pelé e de Edson Arantes do Nascimento: entre o divino e o humano na cobertura do *Jornal Nacional* e de *O Globo***, elaborado por **José Mário Curvo e Ferraz Santos**.

Aprovado por

*Paulo César Castro*

---

Prof. Dr. Paulo César Castro (orientador)

*Gabriel Collares Barbosa*

---

Prof. Dr. Gabriel Collares

*Flávio Nehrer*

---

Prof. Dr. Flávio Nehrer

Grau: 9,0

Rio de Janeiro, no dia 12/12/2024

Rio de Janeiro

2024

## DEDICATÓRIA

À minha guerreira e inspiradora mãe, Liliana, que, mesmo na madrugada escura e cercada de seres sombrios, conduziu-me até a luz da vida com muito amor e eternos ensinamentos.

Ao meu eterno pai, Paulo Ronan (*in memorian*), que, mesmo diante da mortalidade humana e das ondas do tempo, continua a me inspirar e me guiar com memórias.

À minha avó, Aliete (*in memorian*), por me ensinar, mesmo em uma curta conexão temporal e espacial, o poder transformativo da Educação e da lucidez humana.

Ao meu avô, José Guilherme, que, além de me fazer Flamengo, ensinou-me a contar com Deus, a cuidar dos meus e a ser uma metamorfose ambulante.

A todos os detratores consanguíneos ou não, que me inspiram diariamente a ser o que não foram e a não ser o que são.

Aos que têm fé em um jornalismo honesto e transformador, pelos quais resguardo minha grande admiração.

E a Deus, que soprou fôlego de vida em mim, sustentou-me e me deu coragem para não desistir do mais preciso bem do ser humano: a vida.

## AGRADECIMENTOS

No dia 15 de novembro de 2023, durante uma visita ao Santuário de Fátima, ouvi um sermão do padre sobre a importância e obrigação dos seres humanos agradecer a Deus, em vez de só conversar com o meu Senhor para pedir. E que bênção divina é esta oportunidade de estar vivo, saudável e apto a entregar uma monografia para uma das principais instituições referência em Educação do meu país. Primeiramente, portanto, agradeço a Deus pela dádiva diária que recebo na minha vida em poder respirar.

Em decorrência dessa graça divina, tive a oportunidade de, ao longo da minha trajetória de vida, conhecer pessoas ímpares, que auxiliaram na minha formação pessoal e profissional. Graças a sorte que os céus abençoaram-me, essa lista nada de seleta tem. Por isso, hei de começar esse curto texto para não mais hesitar em agradecer.

Seguindo uma linha temporal, gostaria de formalizar o meu muito obrigado a todos os meus amigos do Colégio Cruzeiro, com os quais, desde os meus quatro anos de idade, compartilho em um círculo de confiança momentos de felicidades, conquistas e celebrações, mas, ao mesmo tempo, de dor, tristeza e sofrimento.

Aos amigos de extrema confiança, de quantidade inversamente proporcional a esse valor, da Universidade Federal do Rio de Janeiro agradeço imensamente pelas nossas trocas e conexões. Se hoje sou alguém mais capaz, mais forte e, quem sabe, mais feliz, devo muito a vocês. Sabem que nossas relações estendem-se aos muros da Praia Vermelha – ou das salas virtuais, onde tive o enorme prazer de conhecer a maioria supracitada neste parágrafo.

Essa relação de confiança, graças a Deus, estende-se também para algumas amizades no ambiente corporativo.

Deixo o meu muito obrigado também a todas as minhas gestoras profissionais por trocas de conhecimento e ensinamentos ao longo dos últimos anos. Carlinha, na Quantum, e Ju Tomazetti, Nath, Rê, Nat, Paulinha, Ali, Jô e Ju Milagres, na The Coca-Cola Company, vocês, além de verdadeiras *freakin miracle makers*, são o que Rubem Alves cunhou, certa vez, como “ensinadores jequitibás”. Muito obrigado por isso!

A todos os supracitados com conhecimento do problema pessoal que fui submetido esse ano, reconheço novamente todo o apoio e carinho de vocês comigo. Jamais esquecerei desses que estão entre os mais lindos atos entre seres-humanos: a confiança e a empatia. Peço desculpas a vocês, se em algum momento falhei convosco. Parodiando Belchior e em vista de tempos melhores: em 2024, eu morri; mas, em 2025, eu não morro.

Deixo o meu agradecimento máximo a minha família. Em especial, aos que foram meu porto seguro em 2024. Sem vocês, talvez, não estaria recebendo a oportunidade de concluir esse trabalho. E aos que não estão mais comigo fisicamente, mas, em algum momento, corroboram a minha formação, sei que me acompanham espiritualmente para todos os lugares.

E por último, mas definitivamente não menos importante — confesso que aproveitei a liberdade poética para colocar por último o mais importante, algo sempre recriminado na lógica jornalística —, meu muito obrigado à minha mãe e ao meu eterno pai, minhas maiores referências, heróis e exemplos de vida.

Minha mãe, com quem convivo há 22 anos e que venham mais 22, 44, 66, ∞ ∞ anos ao seu lado, celebrando a vida. Agradeço todos os dias por te ter ao meu lado, por você ser a mulher mais guerreira que eu conheço, por toda a nossa cumplicidade e por todos os seus ensinamentos valiosos — desde uma conta de adição aos meus cinco anos até a como acreditar em Deus mesmo nas piores fases da tempestade. Se hoje tenho a oportunidade de finalizar este trabalho em uma das melhores faculdades brasileiras, muito se deve a todo o seu esforço, que, mesmo em nossos momentos de dificuldades, nunca abdicou de me conceder uma vida confortável. Hoje, o papel se inverte. Graças a Deus, tenho a felicidade de cuidar de você, orgulhar-te e carregar seu legado para onde eu for ao redor desse mundo.

E meu pai, com quem convivi somente por 14 longos anos, agradeço-lhe por tudo. Por todas as nossas conversas, por todos os seus ensinamentos, por todas as nossas brincadeiras, por todas as memórias que eu guardo comigo. Sinto sua falta, é verdade. Como eu queria poder celebrar dois títulos da Libertadores do Flamengo, tirando sarro de você, um botafoguense e atleticano simultâneo. Mas, ao mesmo tempo, como eu queria que você tivesse aqui para virar o jogo e celebrar, “zoando-me” com a final da Libertadores de 2024 entre seus times de coração. Mas, um dia a gente se encontra novamente e se prepare, porque guardo comigo todas as conversas, que eu queria ter tido contigo, mas não tive a oportunidade. E prometo carregar seu legado para esse mundo afora. Afinal, como você dizia, a vida é um livro; e só sai da capa quem viaja.

Até o último brilho da última estrela do céu e até o meu último suspiro, não somente este trabalho, mas todo o meu sucesso presente e futuro será graças a vocês dois: mãe e pai. Sempre foi e sempre será por vocês. *Ad eternum*. Prometo. Amo vocês e muito obrigado!

De novo, seguindo o sermão do padre português, a todos aqui lembrados: obrigado, obrigado e muito obrigado!

## **EPÍGRAFE**

As pessoas morrem como viveram. Se nunca viveram com sentido, dificilmente terão a chance de viver a morte com sentido. Morreremos antes da morte quando nos abandonarmos. Morreremos depois da morte quando nos esquecerem.  
(Quintana, 2016.)

CURVO E FERRAZ SANTOS, José Mário. **A Grande Morte de Pelé e de Edson Arantes do Nascimento: entre o divino e o humano na cobertura do *Jornal Nacional* e de *O Globo***. Orientador(a): Paulo César Castro. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2024.

## RESUMO

A pesquisa desta monografia intitula-se “A Grande Morte de Pelé e de Edson Arantes do Nascimento: entre o divino e o humano na cobertura do *Jornal Nacional* e de *O Globo*” e aborda a análise da repercussão midiática sobre o falecimento do mais famoso jogador de futebol da história brasileira, investigando como diferentes tipos de veículos de comunicação reportaram o evento e quais narrativas predominantes emergiram. O objetivo principal deste trabalho é compreender as estratégias jornalísticas empregadas em eventos de falecimento de celebridades e os impactos dessas narrativas na esfera pública. Com base nas metodologias de Análise Televisual Convergente e de Conteúdo, examinou-se reportagens, artigos e mídias sociais de diversas fontes. Os resultados indicam uma forte tendência em enaltecer o legado de Pelé, mas também revelam variações na profundidade e abordagem das coberturas. A conclusão sugere que, apesar das diferenças na cobertura, há um consenso geral sobre quem morreu para a imprensa entre Pelé e Edson Arantes do Nascimento.

**Palavras-chave:** Pelé; morte; cobertura jornalística; legado; jornalismo esportivo.

## SUMÁRIO

<b>1. Introdução</b>	1
<b>2. A morte das celebridades pelas páginas da imprensa</b>	6
2.1 Mídia e olímpianos	6
2.2 A crônica esportiva e a construção dos ídolos do futebol	10
2.3 A morte como objeto das pautas jornalísticas	19
<b>3. <i>Jornal Nacional</i> e o apito final</b>	24
3.1 Análise Televisual Convergente e o <i>Jornal Nacional</i>	25
3.2 <i>Jornal Nacional</i> e a edição televisiva do dia 29 de dezembro de 2022	28
3.3 <i>Jornal Nacional</i> e a ambiência digital do dia 29 de dezembro de 2022	41
<b>4. <i>O Globo</i> e a partida final</b>	50
4.1 Análise de conteúdo	53
4.2 <i>O Globo</i> e o primeiro tempo do velório de Pelé	57
4.2.1 <i>O Globo</i> e o segundo tempo do velório de Pelé	64
<b>5. Considerações finais</b>	69
<b>6. Referências bibliográficas</b>	73

## 1. Introdução

Hospital Alberto Einstein. Dia 29 de dezembro de 2022. 15h27 (de Brasília). Neste exato momento, neste exato local, parou de bater o coração do mais genial jogador de futebol brasileiro da história. Estádio Urbano Caldeira. A, popularmente conhecida, Vila Belmiro. Dia 2 e 3 de janeiro de 2023. Das 10h às 10h (de Brasília). Durante essas 24 horas, o mundo teve a oportunidade de acompanhar a última partida do maior atleta do século XXI, eleito pelo Comitê Olímpico Internacional. Nos espaços temporais supracitados, ocorreu um episódio histórico para o jornalismo brasileiro: morreu e foi velado Pelé.

Tratar o falecimento e a cerimônia fúnebre de Edson Arantes do Nascimento como um momento marcante pode, a princípio, soar como uma hipérbole jornalística. Entretanto, ao se aprofundar à temática, corrobora-se com essa máxima. Afinal, é possível justificar a relevância de Pelé não somente pelos seus feitos desportivos, mas também pela sua alta capacidade de atrair a atenção da esfera pública. Por exemplo, em seu velório, estiveram presentes 230 mil pessoas — quase oito vezes a capacidade do Estádio da Vila Belmiro, onde ocorreu a cerimônia.

Para além das características e estratégias jornalísticas para a cobertura desse grande evento, há de se analisar principalmente uma pergunta central nesse trabalho. Afinal, para a imprensa brasileira, quem morreu: Edson Arantes do Nascimento ou Pelé? Tal pergunta reside em uma famosa máxima, proferida mais de uma vez pelo Rei do Futebol: “Pelé não vai morrer, o Edson um dia vai”.

O primeiro capítulo corroborará essa narrativa, por intermédio de uma explicação e aprofundamento nas estratégias e narrativas midiáticas na construção de humanos comuns em figuras mitológicas ou olímpicos, seres de uma alta sociedade de celebridades, em um contexto de cultura de massa. O capítulo analisará a transcendência quase sobrenatural dos famosos, dotados de um poder simbólico acima da vida cotidiana.

Ademais, serão expostos os privilégios e limitações existentes para esses sobre-humanos, que embora sejam elevados a essa categoria mitológica, são expostos à esfera pública com fraquezas e contradições pessoais, de modo a aproximá-lo dos comuns, conforme será explicado ao longo desta monografia. Destarte, o segundo capítulo demonstrará a dualidade da figura do ídolo: simultaneamente distante e acessível, quase divina e absolutamente humana.

À luz desses conceitos, serão explicadas os métodos utilizados pela mídia não apenas para projetar essas celebridades como modelos a serem admirados, mas também

aproximando-as do público, por meio dos conceitos de “identificação” e “contraidentificação”. Contudo, uma importante limitação nessa exaltação será dissecada, com base em preceitos que comprovam em como se evita associar a figura dessas celebridades a verdadeiros deuses. Os olímpianos, conforme será explicado, são, portanto, heróis modernos do mundo dos sobre-humanos, mas distantes da divindade, representando, assim, ideais de sucesso e de superação.

Outrossim, o primeiro capítulo ainda proporrá o aprofundamento na contextualização da temática de futebol, a partir de uma diferença central entre as “celebridades” e os “heróis”, produzidos pela imprensa esportiva. Dentre as inúmeras razoabilidades a serem levantadas nesta narrativa, destacam os desafios, as provações, em prol de um bem coletivo e social, bem como a pressão e a necessidade de demonstrar “honorabilidade social” e uma “superioridade” em relação aos outros.

Outrossim, há de se responder como, ou até se ocorre o processo de humanização no caso de heróis, sendo estes muito mais suscetíveis a falhas, mas, simultaneamente, à adoração pública também. Para além dos textos acadêmicos, serão resgatadas também crônicas esportivas de grandes nomes do jornalismo esportivo, como Armando Nogueira e Nelson Rodrigues, bem como do vanguardista na profissionalização do jornalismo, Mario Filho Rodrigues. Faz-se mister essa recuperação desses textos do passado devido ao seu papel fundamental na construção dos mitos e heróis do futebol brasileiro, visto sua magnitude de celebração de feitos extraordinários e de criação de uma mitologia em torno dos personagens do universo futebolístico.

Por meio das obras dos irmãos Rodrigues e de Nogueira, esse capítulo visa compreender como as crônicas esportivas elevaram-se a um instrumento importante na constituição de um “imaginário coletivo” e, sobretudo, da identidade nacional. Evidentemente, à luz desses textos, serão recuperadas passagens jornalísticas dos nomes supracitados, em prol de evidenciar não somente a maneira como o futebol brasileiro era visto e consumido à época, mas também o processo de mitificação de Pelé e de outros nomes da história do nosso país.

Por fim, o segundo capítulo irá abordar como a morte de figuras públicas transcende o evento fúnebre e se transforma em um fenômeno midiático, digno de um ritual específico da imprensa. Ao longo deste momento do trabalho, será demonstrado com recuperações biográficas como a mídia opta tanto por transmitir a notícia quanto por construir uma narrativa biográfica, com revisitações à vida do falecido e técnicas sensacionalistas, em prol de engajar o público. Será explícito, inclusive, outra distinção importante para o restante o

trabalho: os “mortais comuns” e os “Grandes Mortos”, sendo estes últimos as renomadas celebridades com falecimento de repercussão global e de exacerbado valor-notícia — aliás, tal conceito também será discorrido ao longo deste momento da pesquisa. Ademais, propõe-se a analisar também o aceleração da cobertura jornalística da morte na contemporaneidade, demonstrando como ocorre uma “ressurreição” simbólica e mitológica do falecido. As estratégias de comunicação utilizadas para amplificação e criação de um vínculo entre a esfera pública e o “Grande Morto” também serão expostas neste subcapítulo. Em suma, haverá, por meio de uma recuperação biográfica, a apresentação de conceitos e estratégias midiáticas, que serão recuperados ao longo da análise e da pesquisa desse trabalho.

Feita esta recuperação biográfica e acadêmica, com o auxílio da pesquisa sob as dimensões simbólicas e midiáticas, a presente monografia terá em vista compreender e analisar, na prática, a cobertura da Grande Morte de Pelé. O foco concentrar-se-á em verificar os signos e os enunciados presentes no dia do falecimento em um telejornal, bem como nas duas edições de um jornal impresso destinadas a cobrir o velório. A partir dessa pesquisa, compreender-se-á como a imprensa optou por construir e consolidar a imagem do Rei do Futebol, neste momento de sua morte. Há de se responder se houve a efetivação de *status* de um mito após a sua morte, visto que, ao longo da vida, o tratamento fora de um semi-deus vivo. E afinal, há de se responder também quem morreu para a imprensa: Pelé ou Edson Arantes do Nascimento?

Para tanto, o terceiro capítulo discorrer-se-á em uma análise do *Jornal Nacional*, no âmbito da televisão e da convergência midiática, por meio da edição do telejornal no dia 29 de dezembro de 2022 — data do falecimento de Pelé. A escolha ocorre em decorrência da evidente relevância e destaque de audiência no programa no jornalismo brasileiro. Ademais, serão explicitadas também outras razões simbólicas que corroboram com essa decisão.

Destarte, o estudo do periódico analisará a influência desta cobertura na permanência do legado de Pelé, tanto no contexto futebolístico quanto no cenário midiático brasileiro, e como a imprensa contribuirá para a construção da memória coletiva em torno de figuras imortais, mesmo após a morte. A metodologia abordada no terceiro capítulo do trabalho é a Análise Televisual Convergente (ATC), desenvolvida por Beatriz Becker (2020). A ATC trata-se de uma extensão da Análise Televisual, previamente criada pela mestra, e propõe uma análise mais abrangente de telejornais, considerando categorias tradicionais como estrutura narrativa, visualidade e edição, bem como lógicas de mídia e práticas comunicativas em ambientes convergentes ao do *Jornal Nacional* em sua essência. Portanto, ao tratar da cobertura jornalística na morte de Pelé, amplia-se o estudo para além da televisão,

investigando a abordagem midiática também em todas as esferas onde o jornal faz-se presente, como *websites*, aplicativos, redes sociais e outrem.

Conforme supracitado, o objeto de estudo deste terceiro capítulo será o *Jornal Nacional*, principal telejornal do Grupo Globo, que, desde sua estreia em 1969, consolidou-se como um dos veículos de maior influência na formação da opinião pública brasileira. O programa é um marco na história do jornalismo televisivo no Brasil, com um formato que perdura até hoje. Como parte da recuperação histórica, para fins de contextualização, há de se observar quais foram as estratégias utilizadas e expô-las para a manutenção da hegemonia ao longo das décadas. Por outro lado, em consonância ao observado nos últimos anos, não é segredo que o programa enfrentou fortes críticas diante da realidade social e política do país, especialmente em momentos de crises políticas. Esse trabalho propor-se-á a analisar também o quanto esse cenário de questionamentos foi impactado ou impactou na cobertura da morte de Pelé. Por último, esta monografia aspira entender como o *Jornal Nacional* contribuiu para a formação da memória coletiva brasileira de Pelé, cuja morte marca o fim de uma era olimpiana, mas simultaneamente pode consolidar o seu legado.

Em última instância, o quarto capítulo abordará a cobertura feita por um jornal impresso no velório de Pelé, especificamente nas edições de 3 e 4 de janeiro de 2023, ou seja, nas datas subsequentes à cerimônia fúnebre do Rei do Futebol. Há de se destacar que uma das decisões para pesquisar também sobre a despedida do ídolo brasileiro reside não somente na importância acadêmica em realizar um estudo completo de caso, bem como por razões pessoais: o autor desta monografia esteve presencialmente no velório do ex-jogador.

A pesquisa será conduzida a partir da metodologia da Análise de Conteúdo, desenvolvida pela pesquisadora francesa Laurence Bardin (1977) e publicada na sua obra homônima, de 1977. Ademais, o diário escolhido será *O Globo* devido não somente aos números de circulação do periódico, mas também por razões simbólicas a serem melhor desenvolvidas ao longo desta monografia. Fundado em 1925 pelo jornalista Irineu Marinho, pai do mega-empresário do ramo comunicativo Roberto Marinho, o jornal é um dos mais tradicionais do Brasil e tem sede no Rio de Janeiro, sendo referência para a profissão no Brasil há quase um século de história. Com um perfil de leitores predominantemente presentes na classe média, há de se investigar também o quanto formação educacional e um poder aquisitivo consideráveis inferiram na cobertura de Pelé. Afinal, o próprio jornal se define como o favorito dos “formadores de opinião”.

Outrossim, há de se verificar se *O Globo* realizou alterações ao longo da sua história para a manutenção do seu êxito de resultados e *status* como um dos principais jornais do país,

principalmente ao longo dos seus 99 anos. Ademais, em vista da sua notória cobertura ampla e diversificada de assuntos, há de se expôr toda a estrutura noticiosa de *O Globo*, indo além das suas conhecidas editorias de política, economia, cultura e esportes. Ainda sobre um estudo do jornal, será um objetivo verificar se as estratégias utilizadas focam somente em atender a um público fluminense ou se existem meios para a amplificação para outros polos além do estado do Rio de Janeiro.

Com relação à Análise de Conteúdo, o interesse central será compreender como o jornal impresso abordou a cerimônia fúnebre mais aguardada do mundo futebolístico brasileiro, com destaque aos temas, as narrativas e os personagens priorizados na cobertura. A pesquisa, como supracitado acima, concentrar-se-á na abordagem ao velório do Pelé. À luz desse objetivo, serão investigadas as diferentes editorias e suplementos do jornal, não se limitando somente à editoria de esportes, a qual, entretanto, receberá um enfoque considerável ao longo do trabalho devido à proximidade com o objeto central de estudo. O método de Bardin permitirá uma investigação tanto quantitativa quanto qualitativa dos conteúdos jornalísticos, sendo possível, portanto, a avaliação de diversos aspectos da cobertura, como temas mais abordados, os personagens centrais da cobertura, a linguagem utilizada, bem como as possíveis inferências que podem ser feitas a partir das escolhas editoriais do jornal. Ademais, o estudo buscará categorizar os temas que emergem nas edições dos dias da cobertura do velório de Pelé, em prol de refletir sobre as implicações dessas escolhas editoriais na construção da memória coletiva em torno do evento.

Outrossim, de maneira holística, o estudo basear-se-á também nos Princípios Editoriais do Grupo Globo, isto é, os grandes orientadores da linha editorial de todos os veículos do conglomerado, entre eles o *Jornal Nacional* e *O Globo*. Dentro os princípios do documento, serão destacados o compromisso com a objetividade, a diversidade de temas e a liberdade de expressão. À luz dessas diretrizes, será feita uma análise, cuidadosa e afastada de conceitos previamente selecionados, nas influências desses princípios na cobertura da morte de Pelé, com atenção especial ao equilíbrio entre a dicotomia da imparcialidade e da emoção. Ademais, outro ponto importante a ser analisado é a publicação de imagens impactantes da cerimônia fúnebre, em vista de aspectos éticos e emocionais.

Destarte, a análise de *O Globo* aspira contribuir para a compreensão da prática jornalística em momentos de luto coletivo, bem como proporcionar uma visão crítica sobre o papel da imprensa na formação da memória nacional e na percepção pública de figuras históricas. Ademais, o estudo possibilitará uma reflexão sobre as responsabilidades da mídia em momentos de grande comoção social, considerando as influências que a escolha editorial

pode exercer sobre o modo como esses eventos são percebidos, lembrados e sentidos pela sociedade ao longo da história.

## **2. A morte das celebridades pelas páginas da imprensa**

Antes de se debruçar sobre a cobertura jornalística que envolve a morte de Pelé, é necessário entender a relação intrínseca entre a imprensa e as celebridades. Afinal, como diários e programas de televisão tratam o falecimento de algum famoso? Mas para além de uma pessoa “famosa” somente, como é a cobertura das personalidades mais reconhecidas da história?

Em vista dessa necessidade, este capítulo recuperará alguns autores acadêmicos e jornalistas, em prol de corroborar com algumas importantes explicações e contextualizações envoltas no tema principal deste trabalho. A primeira justificativa, sob a análise de um cenário macro, é uma pesquisa sobre o tratamento midiático da vida das celebridades de modo geral, sem necessariamente ater-se aos jogadores de futebol. Posteriormente, para amenizar essa generalização e se aprofundar no mundo futebolístico, o estudo contempla as estratégias da imprensa para transformar os atletas deste popular esporte em uma espécie de heróis da sociedade. E, por fim, atrelado ao tópico central desta monografia, será abordada a maneira como a esfera jornalística trata a morte dos famosos.

### **2.1. Mídia e olímpianos: a vida das celebridades pelas lentes dos meios de comunicação**

Conforme supracitado, faz-se mister uma recuperação histórica apoiada por teses antropológicas e sociológicas referentes à imprensa e às celebridades, de modo a analisar a transformação do homem Edson Arantes do Nascimento no ídolo Pelé e, por conseguinte, o objeto de estudo principal desta monografia: a morte midiática e o velório monumental do Rei do Futebol. Contudo, previamente a um estudo específico da cobertura da imprensa na morte de uma celebridade, é fundamental entender o que veio antes, ou seja, como a vida desta foi vista pelas lentes da grande mídia. Ou ainda, quais foram os meios para transformar esses meros mortais em uma espécie de sobre-humanos. O termo foi cunhado por Edgar Morin (1997) para se referir às grandes celebridades do mundo moderno, dominado pela cultura de massa.

Quando o sociólogo francês tratou do Olimpo midiático, o mundo vivia o auge da cultura de massa no século XX, ou seja, a cultura como um “negócio” e “uma ideologia destinada a legitimar o lixo” produzido propositalmente (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 57), segundo inferido pelos filósofos alemães Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, da Escola de Frankfurt. Mas quais seriam os objetos culturais desta sociedade e como adquiriram

valores-notícia, mesmo que fúteis, para se tornarem efetivamente pautas jornalísticas?

No encontro do ímpeto do imaginário para o real e do real para o imaginário, situam-se as vedetes da grande imprensa, os olímpianos modernos. Esses olímpianos não são apenas os astros de cinema, mas também os campeões, príncipes, reis, *playboys*, exploradores, artistas célebres, Picasso, Cocteau, Dali, Sagan. O olimpismo de uns nasce do imaginário, isto é, de papéis encarnados nos filmes (astros), o de outros nasce de sua função sagrada (realeza, presidência), de seus trabalhos heróicos (campeões exploradores) ou eróticos (*playboys*, *distels*). (Morin, 1997, p. 105, grifos do autor)

Alguns destes olímpianos são o que Chris Rojek (2004) chama de “celebridade adquirida” por serem tomadas como personalidades famosas a partir de suas realizações observadas pela mídia. E diante desse *status* angariado, Morin (1997) descreve quais os meios utilizados para transformar a vida dos olímpianos em vedetes da vida cotidiana dos meros mortais. Afinal, para o autor, há duas sociedades no mundo contemporâneo: a da verdadeira vida, isto é, a dos comuns; e uma nova alta sociedade, sendo esta “mais mitológica do que as antigas altas sociedades burguesas ou aristocráticas, mas, paradoxalmente, mais próxima da humanidade cotidiana” (Morin, 1997, p. 108) e composta justamente pelos olímpianos modernos.

Para Morin (1997, p. 105), uma eficiente maneira de conectar essas duas comunidades é “elevantar à dignidade de acontecimentos históricos acontecimentos destituídos de qualquer significação política”, sendo estas situações materializadas em divórcios ou casamentos. Dentre esses problemas tão humanos dos ídolos, é possível destacar, como método utilizado pela imprensa de massa na cobertura dessa alta sociedade dos olímpianos, a identificação entre os meros mortais e os sobre-humanos.

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 identificação. (Morin, 1997, p. 106)

Outrossim, apesar desta dupla natureza humana e quase divina, infere-se que a imprensa busca no valor-notícia, justamente, humanizar intrinsecamente essa espécie de sociedade mitológica. Esse objetivo midiático pode ser observado desde as histórias espalhafatosas, conforme supracitado, ou até as situações mais graves. Afinal, esses problemas e até os fracassos pessoais dos olímpianos reforçam que essas celebridades nada mais são do que pessoas em carne e osso expostas aos mesmos problemas humanos que os demais que fazem parte do seu círculo social.

Embora essa monografia tenha Pelé como personagem principal, um dos seus grandes antagonistas, o jogador de futebol Diego Maradona, é também um personagem perfeito para se encaixar nessa característica midiática. O olímpiano argentino fora muito marcado pela mídia, em sua vida pessoal, como um humano com diversos problemas de vício de drogas lícitas e ilícitas, algo visto na sociedade sobre-humana como uma imperfeição, porém corriqueira para meros mortais. E evidentemente, esse tema foi recuperado no dia da morte do ídolo futebolístico dos *hermanos*, principalmente por meio de um termo cunhado pelo jornalista uruguaio Eduardo Galeano (2019). Diante de todas as transgressões em sua vida pessoal, que chegaram a refletir na profissional, Maradona recebeu ainda em vida a alcunha de “o mais humano dos deuses” (Galeano, 2019, p. 16), quase que uma espécie de síntese do objetivo da imprensa de massa ao buscar a identidade entre comuns e olímpianos.

Diante dessas falhas humanas das celebridades olímpianas, encontra-se a contrapartida da identificação entre ídolo e fã. Para Vera França (2012), esse antagonismo reside na “contraidentificação”, isto é, há uma certa conexão dos mortais com o lado humano das celebridades a partir das supostas falhas e equívocos destas, ressaltando suas próprias ações e comportamentos diários. Ou ainda, conforme o sociólogo francês Jean-François Dortier (2009, p. 21), “através da contraidentificação, nos tranquilizamos e nos valorizamos ao criticar a arrogância, as besteiras, o excesso, a vulgaridade da vida mundana”.

Em concomitância à identificação e à contraidentificação, a imprensa utiliza a projeção como outro importante meio para amplificar os olímpianos. Enquanto dominadores das vedetes midiáticas, para Morin (1997), os olímpianos tornam-se os grandes dominantes da cultura de massa e, por conseguinte, são os grandes modelos de vida para os meros mortais, graças à supracitada dupla natureza divina e humana deles. Em complemento ao francês para o cenário brasileiro e para o universo Pelé, o antropólogo brasileiro Roberto da Matta, em sua obra “Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro” (1997), destaca que o futebol, além de uma expressão nacional de autoconhecimento, corrobora o vislumbre futuro de progresso para o bem coletivo. Destarte, Morin (1997, p. 107) ainda afirma que essas celebridades de caráter mitológico são os “condensadores energéticos da cultura de massa”, isto é, os olímpianos transcendem à excelência na ocupação deles, capturando e refletindo energia, cultura, projeções e valores para a cultura de massa. Portanto, essa nova alta sociedade é composta por símbolos e ícones energizadores e mobilizadores das razões e emoções da vida cotidiana dos mortais, pautando comportamentos e tendências culturais.

Conjugando a vida cotidiana e a vida olimpiana, os olímpianos se tornam modelos de cultura no sentido etnográfico do termo, isto é, modelos de vida. São heróis modelos. Encarnam os mitos de autorrealização da vida privada. De fato, os olímpianos, e sobretudo as estrelas, que se beneficiam da eficácia do espetáculo cinematográfico, isto é, do realismo identificador nos múltiplos gestos e atitudes da vida filmada, são os grandes modelos que trazem a cultura de massa e, sem dúvida, tendem a destronar os antigos modelos (pais, educadores, heróis nacionais). (Morin, 1997, p. 107)

Em adição a todas as repercussões e projeções feitas pela imprensa, outro importante meio utilizado para conectar essas duas sociedades é a presença das celebridades em pontos de contato com os meros mortais. O ensaio de Morin, embora date originalmente da década de 1960, ainda apresenta algumas semelhanças com o mundo contemporâneo, apesar de um contexto infocomunicacional bem diferente, diante da maior conectividade entre os olímpianos e os humanos comuns devido ao desenvolvimento notório de uma comunicação praticamente instantânea com a internet, bem como a ascensão ao Olimpo de muitos mais mortais — os chamados *influencers*. Morin (1997, p. 108) destaca a presença da alta sociedade, a mais mitológica, em todos os setores da cultura de massa, isto é, em “entrevistas, festas de caridade, exposições publicitárias, programas televisionados ou radiofônicos” — evidentemente incluem-se neste ponto as redes sociais e todas as suas ferramentas para impulsionar a comunicação ao vivo em qualquer lugar do mundo. Em suma, Morin sintetiza os olímpianos como centro dos poderes mitológicos e práticos da cultura de massa.

Eles fazem os três universos se comunicarem: o do imaginário, o da informação, o dos conselhos, das incitações e das normas. Concentram neles os poderes mitológicos e os poderes práticos da cultura de massa. Nesse sentido a sobreindividualidade dos olímpianos é o fermento da individualidade moderna. (Morin, 1997, p. 108)

Apesar de serem donos de todo esse poder, há uma ressalva importante a ser feita. Os olímpianos, evidentemente, têm uma relevância quase que sobrenatural frente à sociedade dos meros mortais; contudo, há um limite importante: o da religião. As celebridades, especialmente as ligadas ao esporte, são consideradas pela imprensa como heróis míticos, mas não verdadeiros deuses devido à barreira supracitada. Essa associação da imagem do herói ao mito existe desde a antiguidade, mas majoritariamente há essa distinção entre a mitologia e a divindade. Por exemplo, os poemas épicos de Homero demonstram os heróis como pessoas excepcionais, corajosas e superiores aos meros mortais, realizando feitos relevantes que os aproximam dos deuses. É importante destacar que os heróis se aproximam dos deuses, jamais se igualam. Portanto, os heróis míticos, ainda que mortais e acessíveis à sociedade, aproximam-se do divino com suas realizações.

Dentro desta linha de pensamento, Katia Rubio, na obra “O Atleta e o Mito do Herói”

(2001), defende que a proximidade do homem com o herói, devido à proximidade genealógica de semi-humano, é maior do que com os deuses, que são ilustres e inatingíveis, dado que os heróis representam simbolicamente a psique total, suprindo o ego da força insuficiente ao homem. Conquanto, Edgar Morin (1997) segue a mesma linha em sua obra para os olímpicos mitológicos, com o acréscimo de exaltação para a estética, além das realizações pessoais das celebridades.

Como toda cultura, 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. Mas, precisamente, a mitologização é atrofiada; não há verdadeiros deuses; heróis e semideuses participam da existência empírica, enferma e mortal. Sob a inibidora pressão da realidade informativa e do realismo imaginário, sob a pressão orientadora das necessidades de identificação e das normas da sociedade de consumo, não há grande arrebatamento mitológico, como nas religiões ou nas epopéias, mas um desdobramento ao nível da terra. O olimpo moderno se situa além da estética, mas não ainda na religião. (Morin, 1997, p. 109)

## 2.2. A crônica esportiva e a construção dos ídolos do futebol

Diante do sobreposto, indubitavelmente Pelé, o tema central desta monografia, é um olímpico (Morin, 1997) e, mais detalhadamente, é uma celebridade adquirida devido aos trabalhos heroicos realizados por ele no esporte (Rojek, 2004). Entretanto, há a necessidade de explicitar uma importante diferenciação estabelecida por Helal (1999), com base em conceitos de celebridade e herói de Edgar Morin (1980) e Joseph Campbell (1997). Em seu ensaio “Mídia, Ídolos e Futebol”, o sociólogo destaca a existência de ídolos no futebol e em outros universos, como na música e na dramaturgia, sendo ambos dignos de se tornarem celebridades, conforme conceituado no capítulo anterior. Contudo, para o autor (1999, p. 1), somente os desportistas podem alcançar o *status* de “heróis”: as celebridades de outras áreas “vivem somente para si”, já os heróis agem para “redimir a sociedade”.

Ademais, Campbell (2022, p. 36) explica que “o herói vindo do mundo cotidiano se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes”, isso somado à pressão no herói em apresentar “honorabilidade social” em seus discursos, “excelência”, “superioridade em relação aos outros mortais”, conforme descrito por Junito de Souza Brandão (2021, p. 23). Apesar das características sobre-humanas, Campbell (2022, p. 133-134) resgata, para além dos já supracitados problemas e fracassos pessoais, as provações como outra estratégia utilizada para humanização destes heróis, sendo estas “concebidas para ver se o pretendente a herói pode realmente ser um herói”.

Em adição, mais um ato de humanização desses ídolos é a reverência a outros ídolos

da vida pessoal destes homens em carne e osso. Helal (1999, p. 9) descreve essa simples e inerente atitude como sendo “o extraordinário [...], juntando-se ao ordinário, ao ‘homem comum’ que tem seus ídolos e os reverencia”. Para além do campo teórico, as crônicas esportivas, agora adentrando-se ao campo de futebol, corroboram esta narrativa de humanização dos heróis a partir de outros heróis. É caso, por exemplo, do trecho retirado do texto “A camisa 10”, de Armando Nogueira (2003), ao resgatar a idolatria de Zizinho por Pelé — ou melhor, por Edson — em um contexto de oposição da aposentadoria do número do uniforme do Rei em jogos da Seleção Brasileira.

Se um dia a CBF resolvesse cometer a tolice de canonizar a camisa 10 em honra de Pelé, certamente teria que fazer o mesmo com a número sete, por gratidão a Garrincha. Vou mais longe: se dependesse de Pelé, com certeza ele gostaria de ver celebrada a camisa oito de Zizinho, para ele, Pelé, o mais perfeito jogador do mundo. (Nogueira, 2003, p. 155)

Diante das estratégias para a construção da celebridade futebolística enquanto herói, aponta-se a repetição noticiosa como outra característica inerente à imprensa, descrita por Campbell (1997, p. 15): “é sempre com a mesma história — que muda de forma e, não obstante, é prodigiosamente constante — que nos deparamos”. Do mesmo modo que no parágrafo anterior, outra crônica esportiva ratifica a opinião do teórico. Desta vez, Nelson Rodrigues (1993, p. 155), logo no primeiro parágrafo da crônica “Um gesto de amor”, afirma o seguinte ao ressaltar a atuação brilhante de Mané Garrincha na noite anterior: “Eu ia falar em ‘noite inesquecível’. Mas, bolas!, há não sei quantas ‘noites inesquecíveis’ que não são inesquecíveis, e repito: — noites que o sujeito esquece meia hora depois”.

Expostos esses dois exemplos, percebe-se uma certa valia da crônica esportiva enquanto um meio importante para a construção dos mitos, dos heróis do futebol brasileiro. O trecho do último parágrafo é de autoria de um dos revolucionários e maiores cronistas do jornalismo esportivo e, sobretudo, dramaturgo brasileiro. Nascido em Recife e radicado no Rio de Janeiro, o torcedor tricolor é rememorado eternamente por seus textos na imprensa carioca. Em um dos mais famosos, deu o título de Rei do Futebol a Pelé — um vulgo conhecido no Brasil e em âmbito global.

Entretanto, antes de tratar de Nelson Rodrigues, faz-se mister abordar o seu irmão mais velho como outro nome importante da história jornalística brasileira. E o termo “antes” refere-se não somente à linha temporal, mas também nos feitos de influência no futebol brasileiro. Evidentemente, trata-se de Mário Rodrigues Filho.

[...] Mário Rodrigues Filho (1908-1966) foi um famoso jornalista que despontou na imprensa esportiva no ano de 1927 (no Jornal de propriedade de seu pai, Mário

Rodrigues) e só parou em 1966 em função da morte que o pegou de surpresa. Mário foi um inventor de tradições no campo da cultura esportiva no Brasil. Foi proprietário e idealizador do primeiro jornal especializado em esportes no país e também proprietário do *Jornal dos Sports*. Seu jornal e seu jornalismo nunca se limitaram a noticiar passivamente os fatos esportivos. O *Jornal dos Sports*, sob sua direção, atraiu intelectuais e homens da literatura para escrever sobre esporte, participou de polêmicas sobre o esporte nacional, criou, a partir do seu jornal, eventos esportivos para a juventude e para o esporte em geral (Jogos da Primavera, torneios de futebol infantil e adulto, promoções esportivas no futebol profissional) e promoveu competições esportivas em todos os níveis e categorias. Foi um militante incansável a favor da construção do Maracanã para sediar a Copa de 1950 (estádio que, após sua morte em 1966, recebeu o seu nome). Em síntese, pode-se dizer que Mário Filho fez dos esportes seu negócio, tema de sua literatura (escreveu a maioria de seus livros nesse campo, embora tenha escrito poucos romances), sua arena política e, segundo o falecido jornalista e dramaturgo Nelson Rodrigues (irmão de Mário Filho), sua razão de existência. (Helal, 2001, p. 48)

Posta essa curta apresentação, faz-se necessária uma justificativa do porquê Mário Filho e sua trajetória revolucionaram e quase se confundem com a profissionalização tanto do jornalismo esportivo quanto do futebol brasileiro em si, conferindo ao recifense um caráter vanguardista na prática jornalística. Graças a Filho, muitas das práticas cotidianas do jornalismo foram fomentadas em meados do século passado, como a simplificação da linguagem utilizada nos veículos e investimentos em imagens, em prol da maior propagação popular do noticiário esportivo. Ademais, o jornalismo praticado por ele se diferenciou do banal à época devido principalmente ao subjetivismo presente na escrita. Isto é, ao invés de apenas informar os placares das partidas, Mário Filho passa a explorar efetivamente a história de trajetória da equipe e dos jogadores, a partir da exaltação dos feitos heroicos e simultaneamente do destaque de aspectos e origem majoritariamente humilde da vida pessoal dos atletas. Essas mudanças, somadas ao maior espaço dedicado ao futebol nos periódicos, resultaram na crônica esportiva, em especial as de Mário e seu irmão Nelson Rodrigues, enquanto um meio efetivo e importante para a mitificação dos jogadores de futebol, principalmente aqueles com eternos e criativos apelidos. Os exemplos vão desde antes e depois de “Rei do Futebol” Pelé, como o inventor da bicicleta, o “Diamante Negro” Leônidas da Silva, ou o ex-jogador e empresário Ronaldo “Fenômeno”.

A propósito — ou no linguajar jornalístico de Mário Filho, “aproveitando o gancho” —, o “Fenômeno” é um exemplo de jogador herói e mitificado, conforme identificado pelo xará Helal em seu ensaio “Mídia, Ídolos e Futebol” (1999). O professor Ronaldo destaca o “coroamento” do jogador Ronaldo como “novo rei do futebol” a partir de uma comparação feita na “crônica da vitória anunciada” entre o Fenômeno e Pelé: “o que Pelé fez quando

marcou o milésimo gol, Ronaldinho<sup>1</sup> pretende repetir, 29 anos depois, caso o Brasil vença hoje a Holanda e no domingo conquiste a Copa: dedicar o título às crianças carentes do Brasil” (Jornal do Brasil, 1998 *apud* Helal, 1999, p. 3)<sup>2</sup>. A comparação com Pelé não é uma novidade nas crônicas esportivas, de modo a mitificar algum jovem jogador promissor do futebol. Nelson Rodrigues, por exemplo, designou mais de um jogador<sup>3</sup> como o “Pelé Branco” em suas crônicas.

Admitamos a hipótese sinistra de que Pelé não possa, eventualmente, entrar num jogo qualquer. Que melhor substituto do que Almir? Tanto mais que são ambos garotados. Embora mais velho, o craque cruzmaltino parece tão menino quanto o paulista. E vamos e venhamos: — Almir não deixa de ser um pouco o Pelé branco. (Rodrigues, 1993, p. 89)

Aí está Amarildo, o ‘Possesso’. Ele não ia entrar em hipótese nenhuma. Com suicida teimosia, Aymoré Moreira, Nascimento e Paulo Machado de Carvalho estavam dispostos a deixar Amarildo eternamente na cerca. Não percebiam que o craque alvinegro é possesso e que o ataque precisava de possessos. E, súbito, a Fatalidade põe o dedo no escrete do Brasil. Pelé, o divino, sofre a distensão mágica. Não recebeu nem um leve, imponderável toque. E caiu. Caiu como e por quê? Ninguém sabe, mas eu sei: a Fatalidade de Pérez Escrich. O desespero está ventando por todo o país. Mas há uma possibilidade insuspeitada e genial: — a de que Amarildo desponte como um novo Pelé, e repito: — um Pelé branco, mas Pelé. (Rodrigues, 1993, p. 97)

Ainda neste campo das semelhanças e meras coincidências, outro aspecto muito valorado na trajetória do herói é a precocidade do sucesso do jogador. Na década atual, o jornalista André Rizek, âncora do principal canal televisivo desportivo do país, afirma que a “precocidade do garoto (Endrick) já chama atenção” e o exalta como “melhor centroavante do país aos 17 anos”<sup>4</sup>. Há quase 30 anos, mais especificamente em 1998, não era difícil encontrar uma certa animosidade da imprensa quanto à possibilidade de Ronaldo, àquela altura aos 21 anos, tornar-se bicampeão do mundo. Empolgação esta compartilhada pelo próprio jogador em entrevista a jornalistas e com direito à tradicional comparação com outros mitos do esporte:

Com 21 anos, posso ser bicampeão mundial agora e, como sou jovem, chegar a quebrar algum recorde. O Zagallo se orgulha de ser tetra e quer o penta. Eu também posso chegar a isso, somente como jogador. Não gosto de ficar fazendo projetos, mas esta possibilidade existe. (Nazário de Lima, 1998 *apud* Helal, 1999, p. 3)

<sup>1</sup> No começo da carreira, Ronaldo “Fenômeno” era conhecido como Ronaldinho para distingui-lo de Ronaldão, companheiro de Seleção Brasileira na Copa do Mundo de 1994.

<sup>2</sup> Trecho retirado por Ronaldo Helal do *Jornal do Brasil*, edição do dia 7 de julho de 1998.

<sup>3</sup> São os casos de Amarildo e Amir nas crônicas “O horizonte em chifres” e “O Pelé Branco”, respectivamente.

<sup>4</sup>

Disponível

em:

<https://ge.globo.com/video/endrick-ja-e-o-melhor-centroavante-do-brasil-diz-andre-rizek-12664340.ghtml>.

Acesso em: 18 nov. 2024.

E em caso de retornar mais 40 anos do tempo, agora em 1958, seria possível encontrar, na edição do dia 8 de março da revista *Manchete Esportiva* (Imagem 1), a mesma empolgação — decerto mais exacerbada, embora o tempo corroborasse com a animosidade — do cronista Nelson Rodrigues com um então jovem de 17 anos. Intitulado de “rei”, o jogador em questão era Pelé, autor de quatro tentos na vitória do Santos Futebol Clube por 5 a 3 diante do America Football Club, no Estádio do Maracanã, em 25 de fevereiro do mesmo ano. A título de curiosidade, somente 35 dias após a publicação da crônica do trecho abaixo, o jovem mineiro do clube santista conquistaria a primeira das cinco Copas do Mundo da Seleção Brasileira.

Depois do jogo América x Santos, seria um crime não fazer de Pelé o meu personagem da semana. Grande figura, que o meu confrade Albert Laurence chama de “o Domingos da Guia do ataque”. Examino a ficha de Pelé e tomo um susto: — dezessete anos! Há certas idades que são aberrantes, inverossímeis. Uma delas é a de Pelé. Eu, com mais de quarenta, custo a crer que alguém possa ter dezessete anos, jamais. Pois bem: — verdadeiro garoto, o meu personagem anda em campo com uma dessas autoridades irresistíveis e fatais. Dir-se-ia um rei, não sei se Lear, se imperador Jones, se etíope. [...] Em suma: — ponham-no em qualquer rancho e a sua majestade dinástica há de ofuscar toda a corte em derredor. O que nós chamamos de realeza é, acima de tudo, um estado de alma. E Pelé leva sobre os demais jogadores uma vantagem considerável: — a de se sentir rei, da cabeça aos pés. (Rodrigues, 1993, p. 49)

**Figura 1: Crônica de Nelson Rodrigues sobre Pelé**



Fonte: Revista Manchete Esportiva, 8 mar. 1958, p. 8<sup>5</sup>

Para além das comparações, outra característica comum na criação do mito, por intermédio das crônicas esportivas, são as chamadas provações, “concebidas para ver se o pretendente a herói pode realmente ser um herói”, concorde conceituado por Campbell (2022,

<sup>5</sup> Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/a-vida-de-pele-contada-em-41-recordacoes-inusitadas/>. Acesso em: 18 nov. 2024.

p. 133-134). E evidentemente, em um contexto de esporte de alto desempenho, as provações podem ser interpretadas como mau desempenho, ocasionando, por conseguinte, críticas da opinião pública. Algo curiosamente notável nas análises negativas do jornalismo esportivo é, diferentemente de outras áreas, a presença de uma corrente contra a valorização do esforço e a determinação para reverter esse cenário contrário. Como bem lembra Helal (2003, p. 20-21), “no caso específico do futebol, chega a ser até uma crítica contundente chamar um jogador de ‘esforçado’”. Mas como reagir a esses contextos? “Tranquilidade, humildade e altruísmo”, para Helal (1999, p. 3). Para o professor brasileiro, essas são as virtudes exigidas pelos fãs e pela imprensa para o “perfil de conduta ideal” (Helal, 1999) a um candidato a herói. É o caso, por exemplo, de Ronaldo “Fenômeno”, como bem lembrado por Helal na edição do *Jornal do Brasil* após o jogo válido pelas semifinais da Copa do Mundo entre Brasil e Holanda.

Ao mesmo tempo em que driblava zagueiros, marcava gols e fazia jogadas inesquecíveis, Ronaldinho se acostumou a ouvir todo tipo de crítica. Diziam que o craque estaria acima do peso. Afirmaram que Ronaldinho não estaria jogando na Copa do Mundo o que se espera de um jogador considerado o melhor do mundo. [...] A resposta aos críticos [...] veio após os 120 minutos jogados contra a Holanda [...] Ronaldinho sabe que sempre esteve ligado a cobranças. O falatório em torno de seu nome aumentou na Copa. Praticamente todas as revistas esportivas da Europa estampam a foto do craque na capa. “Aprendi a conviver com cobranças. Foi assim quando fui para o Internazionale. Diziam que eu não me adaptaria ao estilo do futebol italiano, que tem marcação mais dura que na Espanha” (*Jornal do Brasil*, 08/07/98). (Helal, 1999, p. 3)

Contudo, em outro ensaio, desta vez em “A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro” (2003), Helal, mediante um estudo de caso do ídolo Romário, destaca as características valorizadas pelo senso comum e consideradas “tipicamente brasileiros”: “genialidade, irreverência ou malandragem” (Helal, 2003, 26). Na contramão desses costumes comuns na cultura essencializada nacional, o “Baixinho” apresenta o incomum excesso de confiança visto em solos brasileiros. Como bem lembra Da Matta (1997), a falsa modéstia é algo recorrente no cotidiano do país do futebol, sendo difícil encontrar alguém afirmando ser bom em algo — diferentemente da cultura estadunidense. As irreverentes entrevistas de Romário corroboram para a sua imagem do bom malandro, mesmo em momentos de crise futebolística. Para quem viveu intensamente o futebol brasileiro na década de 1990, é difícil não se recordar de frases do camisa 11, como a máxima “Aqui tem muito rei. Rei tem dois, três, quatro, cinco. Mas, Deus, agora, eles sabem quem é”. Fato é que um ponto focal é essencial para determinar se a opinião pública julgará essa sinceridade como arrogância e egoísmo ou como irreverência. Qual é esse detalhe? A atuação do atleta em campo, conforme ilustrado pelo trecho destacado por Helal:

A manchete da seção de esportes de *O Globo* de 8 de setembro de 1993 estampava: ‘Os uruguaios que se cuidem’. Era uma alusão à chegada de Romário, e o texto desta matéria enfatizava o retorno do ‘verdadeiro futebol brasileiro’ à seleção. Em um box no canto da página, temos uma reportagem com o título “Um craque indisciplinado desde as seleções amadoras”, em que são lembrados, em ordem cronológica, vários atos de irresponsabilidade e indisciplina do jogador. No entanto, a matéria ameniza os atos ressaltando os gols do atleta. Ou seja, temos aqui o exemplo do ‘desempenho’ como categoria que possibilita a redenção do atleta. (Helal, 2003, p. 27)

O mesmo comportamento do jogador e das crônicas pode ser observado há praticamente quatro décadas antes das manchetes supracitadas. Embora para o senso comum não seja considerado um “malandro” como Romário, Pelé é outro atleta com um histórico de polêmicas com as frases irreverentes se autoexaltando, como bem lembra Armando Nogueira na crônica “Romário, Pelé... Manolete” em uma espécie de comparação comportamental entre o Baixinho e o Rei do Futebol.

Romário está com a corda toda. Indagado por um repórter qual seria a solução pra seleção brasileira, nas eliminatórias, o craque não pestanejou: — A solução é Romário, mesmo! Engraçado é que, quando está em causa, sugerindo modéstia, Romário se divide em dois, embora fique bem claro que a pessoa de quem fala seja justamente a mesma que fala. Pelé também tinha o mesmo cacoete: quando o assunto era Pelé, quem falava era o Edson Arantes. Romário nunca teve a menor dúvida de que é um jogador excepcional. Eu diria, mesmo, que ele se considera, firmemente, o melhor de sua geração. Um dia, encerrando uma entrevista, perguntei-lhe quem era, na sua opinião, o melhor jogador da atualidade. Ele sorriu levemente e me passou a bola: “E você, quem é pra você, melhor?” Disse o que ele queria ouvir e que, na verdade, correspondia à minha convicção: “E você! Romário”, sem disfarçar, arrematou. Eu concordo com contentamento. Pelé não era diferente. Posso dar um testemunho, esse muito mais eloquente pelas circunstâncias em que ocorreu o fato. Ele acabara de jogar, com o Santos, uma partida do Rio-São Paulo, contra o América. O ano, 1957. O local, Maracanã. Pelé tinha feito três ou quatro gols. Era a primeira vez na vida que eu o via jogar. A rigor, eu nem sabia direito de quem se tratava. Porém, ficara deslumbrado com a exibição do garoto. Desci ao vestiário, com a intenção de conhecê-lo. Perguntei-lhe, de estalo: — Pra você, quem é o maior centroavante do Brasil? — Eu! — respondeu o garoto. — E o maior meia-esquerda? — Eu, também — respondeu com redobrada firmeza. (Nogueira, 2003, p. 56)

Ademais, outra semelhança entre os dois personagens da crônica de Nogueira é a coleção de polêmicas em treinos e concentrações. Romário, por exemplo, é marcado por icônicas aspas sobre o tema. Uma das mais famosas delas — a clássica “treinar pra quê, se eu já sei o que fazer?” — é curiosamente atribuída erroneamente ao atacante, conforme admitido por ele em diversas oportunidades. Pelé, embora não seja senso comum, também teve durante a carreira algumas transgressões ao politicamente correto em momentos de concentração de equipe. Tal comportamento fora até resgatado como uma justificativa para aquilo que Armando Nogueira, em sua crônica “Concentração, uma farsa”, cunhou de “o lado cabaré de todo jogador de futebol”.

Certa vez, a seleção estava concentrada num hotel. O toque de recolher era às 11 da noite. Feita a revista dos quartos, faltava um. Procura daqui, procura dali, nem rastro do rapaz. Onde teria se metido Pelé? Lembraram-se da boate do hotel. Ele só pode estar na boate, concluiu a comissão técnica, reunida de urgência. Ligaram pro ramal da boate, não deu outra. [...] Sempre foi assim. Romário cumpre, apenas, o lado cabaré de todo jogador de futebol. A rigor, de todo jovem de alma boêmia. (Nogueira, 2003, p. 170)

Diante dessa exposição de diferentes comportamentos em frente às provações, vale destacar que, no futebol especificamente, a grande matriz transformadora de opiniões pública a respeito de um herói é o seu desempenho em campo. Como visto acima, o torcedor e as crônicas perdoam até o mau comportamento, mas não aceitam consecutivas más atuações. Afinal, como bem lembra Nelson Rodrigues, em “O grande sol do escrete” (1993, p. 197), “a multidão precisa destruir os mitos que promove”. Helal (2003) chega até a destacar a crueldade midiática e pública em pejorizar o termo “esforçado” para se referir ao atleta que se dedica e não performa conforme as expectativas. Por outro lado, há aqueles mitos, os especiais, que, mesmo diante de péssimas atuações, somadas a vaias e apontamentos negativos, conseguem reverter a situação simplesmente devido à genialidade essencializada. Pelé, por exemplo, devido a essa capacidade, teve até seu nome adjetivado por Nelson Rodrigues. Esse fenômeno linguístico instiga, obviamente, a mitificação em torno do ídolo e foi posteriormente reconhecido e chancelado pelo dicionário Michaelis<sup>6</sup>.

Muitíssimas vezes, Pelé foi estátua e, muitíssimas vezes, foi vaia. Eu me lembro de um jogo do escrete em que jogou mal ou, como diz a gíria, jogou pedrinhas. E, no fim de certo tempo, explodia a ira da multidão. No futebol, a apoteose está sempre a um milímetro da vaia. [...] Repito que, naquela tarde, ele foi pouquíssimo Pelé. E, então, começou a fúria popular. A ninguém ocorria que o supercraque não precisa jogar bem. O perna-de-pau é que tem de se matar em campo. De mais a mais, o gênio pode ter as suas nostalgias da burrice. [...] E, em qualquer clássico ou pelada, Pelé pode fazer tudo, porque é Pelé. Mas a multidão não perdoa, em Pelé, um passe errado. Se vinha o adversário e frustrava o seu drible, Pelé era quase apedrejado como uma adúltera bíblica. Éramos, ao todo, umas 150 mil pessoas. E dizíamos, uns aos outros, que Pelé já não era o mesmo. Houve um, mais afoito, que declarou: — “Pelé está morto”. Ninguém protestou. Ou por outra, houve, sim, um protesto. Estava lá o Manoel Duque, que reagiu e gritou: — “Pelé continua sendo o maior jogador do mundo”. E, como um outro resmungasse, o Duque repetia: — “O maior jogador do mundo, em todos os tempos”. Mas, como ia dizendo: — vaiaram Pelé os noventa minutos. [...] Já nas eliminatórias, Pelé teve momentos de Pelé. [...] Aliás, recuando um pouco, eu poderia falar do jogo recente, aqui, no Mário Filho, contra a Áustria, onde Pelé foi maravilhosamente Pelé. (Rodrigues, 1993, p. 196-198)

A variedade de exaltações a esses heróis durante e até no pós-carreira corrobora uma

---

<sup>6</sup> Segundo o dicionário, pelé significa “que ou aquele que é fora do comum, que ou quem em virtude de sua qualidade, valor ou superioridade não pode ser igualado a nada ou a ninguém, assim como Pelé, apelido de Edson Arantes do Nascimento (1940-2022), considerado o maior atleta de todos os tempos; excepcional, incomparável, único. Ele é o pelé do basquete. Ela é a pelé do tênis. Ela é a pelé da dramaturgia brasileira”. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/palavra/wezv8/Pel%C3%A9/>. Acesso em 18 nov. 2024.

evidente característica dos jogadores de futebol, em especial Pelé: o dito poder de afetação. Conforme levantado por França (2012, p. 235), essa força do mito futebolístico “é proveniente do carisma que ele apresenta, tomado não apenas como uma dimensão individual e subjetiva, mas, sobretudo, como social”, sendo o carisma um conjunto de características valorizadas por aqueles que se submetem à autoridade carismática, gerando uma devoção afetiva. Assim, é importante considerar tanto a dimensão individual quanto a social do carisma para entender Pelé como uma celebridade carismática.

Para entender a primeira expectativa, o filósofo alemão radicado no Brasil Hans Ulrich Gumbrecht (2007) destaca que o talento do jogador permite encantar a opinião pública com seus movimentos corporais. E a partir da percepção dos torcedores e, principalmente, da imprensa — em especial os cronistas, para o caso de Pelé —, diante da habilidade dos atletas, explica a “devoção afetiva”, conforme cunhado por Max Weber (1979), aos heróis. Já a segunda faceta do carisma tange no campo comportamental do ídolo fora do campo, em prol da “construção de um projeto social coletivo”, complementando assim a imagem carismática dos heróis e semideuses, conforme lembra Morin.

Como toda cultura, 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. Mas, precisamente, a mitologização é atrofiada; não há verdadeiros deuses, heróis e semideuses participam da existência empírica, enferma e mortal. (Morin, 1997, p. 109)

Apesar do comentário do francês, no contexto específico do futebol, é possível falarmos em verdadeiros deuses devido ao talento futebolístico sobrenatural dos atletas. Como lembrado por França (2012, p. 237), em um estudo de caso de Ronaldo em 2012, “como uma celebridade que apresenta traços divinos”, um jogador herói “desperta a projeção do público: ele é um ‘deus da bola’”, e Nelson Rodrigues reforça essa elevação dos jogadores a um *status* divino em inúmeras das suas crônicas. Na coletânea de suas crônicas reunidas em “À sombra das chuteiras imortais” (1993), o jornalista refere-se a Pelé como “divino” em sete textos publicados entre 1962 e 1970. Entre essas situações, não há como esquecer do dia em que o Rei alcançou, ineditamente até então, o feito do milésimo gol.

E quando Pelé estourou as redes, o Estádio Mário Filho<sup>7</sup> voou pelos ares. Desde Pero Vaz de Caminha, nenhum brasileiro recebera apoteose tamanha. De repente, como patrícios do guerreiro, cada um de nós sentiu-se um pouco coautor do feito. Pelé voou, arremessou-se dentro do gol. Agarrou e beijou a bola. E chorava, o divino crioulo. Cem mil pessoas, de pé, aplaudiam como na ópera. Depois,

---

<sup>7</sup> O conhecido Estádio do Maracanã teve o nome oficial para Estádio Jornalista Mário Filho após a morte do irmão mais velho de Nelson Rodrigues. Desde então, em suas crônicas, Nelson Rodrigues referia-se ao estádio carioca pelo nome de Mário Filho.

assistimos à volta olímpica. Pelé com a camisa do Vasco. Naquele momento, éramos todos brasileiros como nunca, apaixonadamente brasileiros. (Rodrigues, 1993, p. 196-198)

Essa elevação a verdadeiros semideuses, somada aos feitos divinos dos heróis, corrobora o conceito da celebridade futebolística enquanto um acontecimento, tese esta defendida por França em seu trabalho antropológico sobre Ronaldo. A pesquisadora (2012, p. 227) conclui que o jogador “afeta a vida dos sujeitos que a celebram e suscita, portanto, reconhecimentos, projeções, identificações e também contraidentificações”. E graças aos talentos e feitos divinos no campo, o mito, pode “provocar uma ruptura, uma descontinuidade que evidencia um desempenho digno de louvor e distinção em certo campo e que configura um divisor de águas”, concluindo assim que há “um antes e um depois” (França, 2012, p. 227) do jogador. Ou seja, com base no pensamento de França e nas crônicas de Rodrigues, há de pensar analogamente que, se o calendário gregoriano divide-se em Antes e Depois de Cristo, a linha temporal futebolística também poderia ramificar-se em Antes e Depois de Pelé. Armando Nogueira, em sua crônica sobre o filme do Rei do Futebol, crava uma eterna gratidão dos seus súditos futebolísticos e recupera uma de suas mais icônicas frases para essencializar a natureza do maior jogador brasileiro e o esporte do país do futebol.

[...] infinita há de ser a gratidão das pessoas como eu que tivemos a ventura de ver tanta coisa sublime que soube criar num campo de futebol o herói hoje reverenciado no mundo inteiro, pelos 60 anos de uma vida humana que se confunde com a vida da própria bola de futebol. É aquilo que escrevi, há mais de 30 anos: “se Pelé não tivesse nascido gente, teria nascido bola”. (Nogueira, 2003, p. 51)

### **2.3 A morte como objeto das pautas jornalísticas**

De maneira análoga ao calendário gregoriano, o Antes e o Depois de Pelé têm, como marco zero dessa linha temporal, a grande morte do Rei do Futebol. Especificamente deste olimpiano em questão, a sua passagem tinha uma grande expectativa no meio jornalístico, a ponto dela virar um jargão jornalístico. Há alguns anos, não era incomum ouvir informalmente em redações jornalísticas do mundo esportivo que alguma tarefa seria executada “só no dia que o Pelé morrer”, ou seja, na data de morte do ídolo brasileiro, todos iriam trabalhar nesse momento, nesse marco histórico.

Evidentemente, envolto no tema morte resguardam-se inúmeros meandros a serem desvendados no jornalismo. Afinal, quais fatores elevam e diferenciam as mortes dos mortais e dos sobre-humanos da nossa sociedade? “Onde estão os mortos em um jornal cotidiano”, questiona Maurice Mouillaud em seu ensaio “As grandes mortes na mídia” (2002, p. 349).

No entanto, antes de tratar as mortes enquanto notícia, urge a necessidade de explicitar

a transformação de um fato comum — dentre eles, a morte, sem dúvidas — em notícia. Nelson Traquina, em sua obra “O estudo do jornalismo no século XX” (2001), explica que as notícias são oriundas da produção que envolve a percepção, a seleção e a transformação de uma matéria-prima em um produto final. Por conseguinte, os inúmeros fatos da vida contemporânea podem ilustrar um jornal enquanto uma notícia. Diante das limitações da atividade prática jornalística, faz-se mister selecionar o que deve ou não ser incluído no mundo noticioso, com base na seleção de notícia, como descrito pela famosa Teoria do Gatekeeping, de David Manning White (1950). Contudo, como bem lembra Gislene Silva, em sua tese “Para pensar critérios de noticiabilidade” (2005, p. 98), essa “seleção [...] se estende redação adentro, quando é preciso não apenas escolher, mas hierarquizar” as notícias, isto é, “estratificar para escolher que acontecimento é mais merecedor de adquirir existência pública como notícia”.

Em decorrência do conceito supracitado, permite-se entender a diferenciação entre as mortes do cotidiano para os jornais. Em um contexto do século passado, Mouillaud (2002) diferencia as mortes dos meros mortais e dos sobre-humanos. O falecimento dos primeiros pode ser lembrado pela mídia, não tanto por suas identidades, mas pelo ato de morrer e pelas circunstâncias que o cercam. Com base nos valores-notícia de Fraser Bond, apresentados em “Introdução ao Jornalismo” (1959), é possível identificar várias razões para a morte de uma pessoa comum ocupar um espaço de interesse público: raridade, injustiça, catástrofe, drama, crimes e violência.

Em contraponto, encontram-se os “Grandes Mortos”, conforme descrito por Mouillaud (2002), que precisam somente do próprio nome para serem notícia. Todavia, as divergências vão além das razões para a publicação do falecimento. O autor francês explica que a natureza qualitativa do “Grande Morto” justifica a considerável repercussão na imprensa, manifestada por meio de um ritual, de um cerimonial na mídia jornalística. Em um contexto de jornal impresso, o escritor ainda destaca que esse processo se inicia logo na primeira página do periódico, onde o “Grande Morto” aparece como informação única, ofuscando as demais notícias. Entretanto, observa-se uma similaridade em outros meios da imprensa, como os telejornais com as chamadas de aberturas<sup>8</sup> dedicadas não somente a desdobrar todos os fatores envolvidos na morte — como a causa, o local e outrem —, mas também de uma retrospectiva da vida do falecido, como se fossem verdadeiras retomadas biográficas. Em um cenário de

---

<sup>8</sup> O jargão jornalístico para esse termo é escalada, isto é, a exibição na abertura do jornal com um resumo dos principais assuntos a serem abordados no telejornal. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/rj/intertvjrj/noticia/2015/07/entenda-o-que-e-escalada-dos-telejornais-e-como-o-resumo-e-feito.html>. Acesso em 18 nov. 2024.

construção de heróis, como explicado ao longo desta monografia, Mouillaud (2002, p. 359), ao observar esse resgate da vida dos sobre-humanos na imprensa, destaca que “a Grande Morte não é o prolongamento do Grande Homem [...], é retroativa, retorna sobre a vida do morto e o sacramenta Grande Homem após o feito”. Com base nos conceitos de apelo contemporâneo à memória e ao passado de Andreas Huyssen, Elizabeth Rondelli e Micael Herschmann criticam essa prática jornalística, que, segundo os autores, destaca-se como uma das principais técnicas midiáticas para amplificar a dramaticidade da notícia.

A morte surge [...] como o principal pretexto para uma recuperação da vida de quem morre, num ato biográfico que adquire cores específicas com o relato espetacularizado. [...] A morte aqui aciona uma biografia que vai sendo construída em tempo real, diferente, portanto, das biografias publicadas em livros ou demoradamente e cuidadosamente editadas em documentários televisivos ou cinematográficos, que visam um período de permanência maior. Por isso, a narrativa biográfica que aqui emerge é tosca em seu acabamento e, na maioria das vezes, efêmera e acidentada. Assim, o efeito dramático é potencializado pela cobertura da mídia, que passou a adotar a morte de alguns ricos e famosos, cuidadosamente selecionados, como um prato preferencial. (Rondelli; Herschmann, 2000, p. 205)

Em virtude dessa efetividade, os autores (2000, p. 205) também observam a recuperação do caráter público da morte, uma condição já presente na Idade Média, quando “boa parte da produção cultural [...] fazia com frequência referência ao ‘leito de morte’”. Coincidentemente ou não com a morte do Rei do Futebol, Peucer (2000), ao reexaminar os valores-notícia da história do jornalismo, destaca o falecimento de príncipes como eventos de alta relevância informativa. Destarte, ao revisitar preceitos medievais e comparar com a atualidade, não é exagero contemporizar quando Rondelli e Herschmann (2000, p. 205) explicam que “morrer era, antes de mais nada, um episódio público com caráter exemplar” no mundo da Idade Média.

Em um mundo jornalístico cada vez mais conectado e pautado pelo imediatismo, o caráter exemplar da morte torna-se notável desde o anúncio do falecimento, quase em tempo real. Mouillaud (2002, p. 351) destaca como “privilégio da velocidade” esse poder do “Grande Morto” em atropelar todas as informações para ter o falecimento anunciado. O francês (2002, p. 351), em um contexto de jornais impressos, vale ressaltar novamente, destaca um padrão de capa de periódicos com manchetes bem parecidas: reduzidas e com uma frase simples, com o intuito de gerar “um lacônico efeito de despacho”

A Grande Morte clássica se desenvolvia no tempo fixo da cerimônia; tomava tempo da sociedade que se imobilizava (em torno do cortejo fúnebre; recentemente, o silêncio e a imobilidade se impunham). Já o Grande Morto da mídia corre na frente em tempo real e se torna-se flash no front da mídia. A Grande Morte da mídia é uma morte instantânea; irrompe como um golpe que ninguém preparou. (Mouillaud, 2002, p. 351)

Essa cerimônia, como bem analisam Rondelli e Herschmann (2000, p. 206), interrompe o planejamento de programação da imprensa, altera toda a estrutura planejada pelas redações de jornais, revistas e meios eletrônicos, produzindo, assim, um sentimento de “suspensão do tempo”, isto é, a sensação de que tudo para com objetivo de acompanhamento da dita “morte em cena”. Para concretizar essa sensação pública, Mouillaud (2002) explica diversas estratégias de proliferação do “Grande Morto” nos jornais. Há de se destacar a reprodução — já clássica, porém ainda exacerbada — do rosto do morto separado do seu corpo. O autor (2002, p. 352) até reforça um interessante questionamento da razão dessa técnica: “para que ele seja saudado uma última vez como vivo?”. Ademais, a maçante repetição do nome do falecido, além da multiplicação em “gêneros de discurso e em variantes no interior de cada um dos gêneros” (Mouillaud, 2002, p. 351), soma-se às abordagens da imprensa no momento da “Grande Morte”. Em específico ao último ponto, o francês discorre detalhadamente como ocorre essa dispersão do sobre-humano falecido pelos veículos de comunicação em diferentes editorias.

O máximo da repetição enfadonha ocorre quando das homenagens que, montadas em série, o jornal reproduz; porque, se o Grande Morto é um assunto único, o jornal o fragmenta em múltiplos assuntos. À oração fúnebre e a seu discurso único, o da mídia, opõe uma retórica da fragmentação: biografia, anedotas, narrativa de morte, reportagem das cerimônias, exegeses de especialistas, testemunho de pessoas íntimas, declarações dos pares, comunicados das Grandes Instâncias, discursos dos Poderes, citações da mídia, uns pelos outros, textos e fotos. (Mouillaud, 2002, p. 351)

De maneira análoga à morte e à ressurreição cristã, o “Grande Morto” adentra ao reino do espetáculo jornalístico, de modo que sua vida torna-se objeto de edição e reedição para usufruto e exemplo no mundo dos vivos, conforme explicam Rondelli e Herschmann (2000). Ou seja, a narrativa biográfica estabelecida pelos meios de comunicação fomenta o “renascimento” do falecido, proporcionando a “(re)construção do sujeito que deixaria o seu corpo biológico para reviver como corpo representado” (Rondelli; Herschmann, 2000, p. 205). Nesse cenário de mídia transformadora de sobre-humanos em verdadeiros heróis, Mouillaud (2002) destaca que essa iconização dos mortos famosos pela imprensa eleva-os a um patamar digno para entrar nos anais da história.

Outrossim, à vista dos numerosos signos supracitados, torna-se incontestável o objetivo do enunciado da mensagem da imprensa em impactar emocionalmente a esfera pública, conforme salientado por Rondelli e Herschmann (2000). Com minuciosidade nos detalhes, elabora-se no meio jornalístico uma atmosfera trágica e se redramatiza a “Grande Morte”, em prol de engajar o telespectador, o leitor e monopolizar a audiência. Dentre estas

minuciosas estratégias, Rondelli e Herschmann (2000, p. 207) ressaltam “*closes e big-closes* de caixões, velórios, velas a arder, enterros, missas fúnebres, cenas, choros”, além dos também muito utilizados “depoimentos de parentes, amigos e/ou fãs transtornados”. Evidentemente, essas estratégias visam à adesão maciça do público, algo imprescindível para a consolidação da morte na memória pública. Contudo, esse efeito, como enfatizam Rondelli e Herschmann (2000), está diretamente ligado a conceitos previamente explicitados nesta monografia: a identificação dos meros mortais com os olímpianos, de Edgar Morin (1997); além do “perfil de conduta ideal” (Helal, 1999) e de provações de vidas dos candidatos a heróis (Campbell, 2022), de Ronaldo Helal e Joseph Campbell. Rondelli e Herschmann (2000), portanto, inferem que, notadamente nas camadas populares, a “Grande Morte” provoca impacto e comoção social mais profundos, não apenas pelo fato de que os comuns se identificam com o personagem célebre, mas também devido ao alinhamento social da trajetória de vida com os códigos e valores vigentes.

### 3. *Jornal Nacional* e o apito final

O objetivo deste capítulo é verificar a cobertura jornalística envolta na “Grande Morte” do Rei do Futebol, por meio de uma análise de signos e enunciados da cobertura de um veículo televisivo e de outro impresso, relacionando-os com os conceitos supracitados dos autores vistos no capítulo anterior. Conforme retomado anteriormente neste trabalho, a imprensa corrobora a construção e transformação de meros humanos em verdadeiros mitos, heróis e alguns atingem o estado de semi-deuses ainda em vida, transformando-os em acontecimentos a ponto de criar uma era pré e pós àquela celebridade.

Entretanto, como supracitado, mesmo os olímpianos estão expostos aos questionamentos éticos e morais em relação aos seus feitos em vida. Mas, e na morte? Ou melhor, na “Grande Morte”? Como são tratados os feitos dessas celebridades? E não somente suas ações, mas como a imprensa retrata os mitos mortos em si? Evidentemente, são diversos questionamentos a serem respondidos na cobertura do falecimento do Rei do Futebol. É por intermédio desta análise que este trabalho planeja responder tais perguntas.

O primeiro veículo escolhido em questão é a edição do *Jornal Nacional* da data da morte de Pelé, disponibilizado na plataforma de *streaming* Globoplay. A escolha pelo telejornal vai além do campo dos números, porém estes não podem ser ignorados. Afinal, trata-se do maior jornal televisivo do Brasil, em questão não somente de influência sobre a opinião pública, mas também de números de audiência e custos de comerciais<sup>9</sup>. Estudos semanais da Kantar Ibope Media comprovam que o produto do Grupo Globo foi líder de audiência no segmento em todas as semanas no *Year-to-Date*<sup>10</sup> 2024<sup>11</sup>.

Outrossim, a escolha ocorre com base no ensaio “Jornal Nacional: Estratégias e desafios no seu cinquentenário” (2020) e a Análise Televisual Convergente (ATC), desenvolvida pela professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Beatriz Becker, a partir de uma resignificação da Análise Televisual (AT), anteriormente sistematizada pela autora. Por fim, a decisão carrega também a simbologia pelo fato de um dos seus idealizadores ser Armando Nogueira, quando nos anos 1960 ocupava o cargo de então diretor

---

<sup>9</sup> Os preços para veiculação de anúncios no *Jornal Nacional* estão entre os mais elevados da grade de programação da emissora. Por exemplo, o banco Nubank desembolsou R\$ 110 milhões por um patrocínio de seis meses durante a clássica vinheta do telejornal. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/por-r-110-milhoes-globo-libera-rara-acao-de-merchan-dentro-do-jornal-nacional-103451>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>10</sup> O *Year-to-Date* (YTD), em tradução livre “Acumulado do Ano”, é um termo amplamente utilizado no mundo dos corporativo para indicar o período compreendido entre o início do ano e a data atual.

<sup>11</sup> O levantamento considera como data limite a semana de 14 a 20 de outubro. Disponível em: <https://kantariopemedia.com/conteudo/tipo-dado/audiencia-tv-pnt-top-10/#>. Acesso em 18 nov. 2024.

de jornalismo da Rede Globo de Televisão. O mesmo jornalista foi responsável pelas inúmeras crônicas resgatadas anteriormente neste trabalho, com as quais ele construiu vários ídolos futebolísticos como Pelé.

Como eu sempre tive uma obsessão por aviação, eu disse: ‘A sensação que eu tenho é de que estou decolando com um Boeing’. Naquela época, o [avião] Boeing era o máximo [...] ‘A Rede Globo de Televisão começou a pensar que, usando aquela infraestrutura da Embratel<sup>12</sup>, poderia fazer chegar a sua imagem, simultaneamente e instantaneamente, a vários pontos do Brasil. Estava criado, por conseguinte, o conceito de rede. E não havia laboratório melhor para você fazer uma experiência de rede do que um telejornal em rede. [...] Era a comutação de praças: você tinha o Rio de Janeiro chamando São Paulo; entrava São Paulo, você cortava e chamava Porto Alegre. Mais tarde se incorporariam as outras afiliadas, que ligadas também pelo mesmo sistema de micro-ondas acabariam criando núcleos regionais para mandar a informação para o ‘Jornal Nacional’. [...] Então essa experiência feita com o ‘Jornal Nacional’ consolidou na empresa a consciência de que era possível fazer uma rede não só para telejornalismo, mas também para entretenimento. (Globo, 2024)<sup>13</sup>

### 3.1 Análise Televisual Convergente e o *Jornal Nacional*

A Análise Televisual Convergente, de Becker (2020, p. 207), trata-se, na verdade, de um complemento para a Análise Televisual, desenvolvido pela própria autora, de modo a agregar “à compreensão dos sentidos dos textos as lógicas das mídias e as práticas comunicativas no ambiente convergente que também influenciam as suas significações”. Ou seja, além da aplicação das categorias Estrutura Narrativa, Temática, Enunciadores, Visualidade, Som, Edição e dos princípios da Fragmentação, Dramatização e Definição de Identidades e Valores, a ATC contempla também outras quatro dimensões no ambiente convergente: Singularidade da Ambiência; Circulação do Programa; Características das Organizações e das Práticas Produtivas; e Interações das Audiências.

(A Análise Televisual Convergente) [...] busca ampliar o escopo da metodologia da Análise Televisual (AT) anteriormente sistematizada, [...] auxiliando o entendimento da complexidade dos códigos audiovisuais na elaboração e ressignificação dos sentidos dos discursos midiáticos de obras televisivas ficcionais e não ficcionais. Esta metodologia revisitada ganha aqui um sobrenome e é nomeada de Análise Televisual Convergente, agregando à AT um procedimento metodológico possível para ler relações entre imagens, palavras, dispositivos, pessoas e práticas produtivas no território virtual, sendo utilizada como ferramenta para leitura crítica dos telejornais e de outras obras televisivas em pesquisas de comunicação e em processos de aprendizagem institucionais e informais. [...] Este percurso

<sup>12</sup> O *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão, estreou, segundo *O Globo* da edição 2 de setembro de 1969, “usando o sistema de lineage, transmitiu imagens diretas do Rio, São Paulo, Curitiba e Porto Alegre, num diálogo que foi acompanhado, ainda, pelo público de Brasília, Belo Horizonte e de todas as cidades incluídas na área”. A expansão da transmissão para a capital federal e a cidade mineira foi graças ao circuito de Brasília, tecnologia implementada pela Embratel.

<sup>13</sup>

Disponível

em:

<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-nacional/noticia/concepcao-e-estreaia.ghml>. Acesso em 18 nov. 2024.

metodológico é formado por três etapas: a Descrição ou Contextualização, destacando determinantes político-econômicos e socioculturais do objeto de estudo e da organização produtiva onde este está inserido; a Análise Televisual propriamente dita, formada por um estudo quantitativo e qualitativo do texto em áudio e vídeo; e a interpretação dos resultados. Seis categorias (Estrutura Narrativa, Temática, Enunciadores, Visualidade, Som e Edição) e três princípios de enunciação (Fragmentação, Dramatização e Definição de Identidades e Valores) são aplicados na segunda etapa da análise televisual. (Becker, 2020, p. 71-72)

Seguindo o método ATC, faz-se mister contextualizar primeiramente o objeto de estudo. O *Jornal Nacional* estreou em 1º de setembro de 1969 e segue no ar ininterruptamente até hoje, com a mesma periodicidade de segunda-feira a sábado e com uma duração aproximada de 45 minutos — três vezes maior do que os 15 minutos das primeiras edições. Curiosamente, logo em sua primeira edição, o programa destacou como uma das principais notícias um gol importante marcado por Pelé, que garantiu a classificação da Seleção Brasileira para a Copa do Mundo de 1970. O torneio, em questão, seria realizado no México e conquistado pela Canarinho. Cid Moreira e Hilton Gomes, os primeiros apresentadores do telejornal, noticiaram assim o feito histórico do Rei do Futebol.

Pelé põe o visto de saída no passaporte do Brasil para o México. Dos 23 gols que a Seleção marcou nas eliminatórias para a Copa do Mundo, este de Pelé no jogo de ontem foi o mais importante: decidiu o jogo com o Paraguai por um a zero e confirmou a ida do Brasil ao México, em 1970. (Globo, 2024)<sup>14</sup>

Mesmo criado em um contexto de censura da imprensa na ditadura militar, há de se destacar que o *Jornal Nacional* mantém um formato padrão de apresentação desde suas transmissões, sendo ele o modelo mais bem-acabado de signos para definir um telejornal no Brasil. Por exemplo, a bancada com dois apresentadores, que apresentam as principais notícias dos estados brasileiros, ao invés de cada locutor regional transmitir as informações dos seus respectivos Estados — ideia primária do jornal, conforme revelado por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, diretor-geral da Central Globo de Produções à época, em entrevista ao Memória Globo (2024). Contudo, indubitavelmente, o jornal passou por alterações nos últimos 55 anos no ar: modernização do cenário, alteração da vinheta e adoção de uma apresentação dinâmica com momentos em que os apresentadores ficam em pé.

É importante destacar também as mudanças na composição dos jornalistas da bancada. Em 1972, Sérgio Chapelin substituiu Hilton Gomes; já em 1983, Celso Freitas fez dupla com Cid Moreira na bancada. Em 1989, Sérgio Chapelin retornou à bancada ao lado do ex-parceiro Cid Moreira. Entretanto, em 1996, a dupla saiu de cena para a chegada de William

14

Disponível

em:

<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-nacional/noticia/concepcao-e-estrea.ghml>. Acesso em 18 nov. 2024.

Bonner e Lillian Witte Fibe. Em 1998, esta última foi substituída por Fátima Bernardes. Após 13 anos, a dupla mais longeva do jornal se desfez com a chegada de Patrícia Poeta para o lugar de Fátima Bernardes. A atual âncora Renata Vasconcellos só firmou sua dupla com William Bonner em 2014 e seguem juntos, até a publicação deste trabalho, na apresentação do principal telejornal do Brasil.

Ademais, conforme debatido por Becker (2020), o noticiário, teoricamente, conserva as relações de poder e o controle social no agendamento político e cultural do país, refletindo suas representações do Brasil e das identidades nacionais. Todavia, na prática, o *Jornal Nacional* apresentou certas dificuldades, em diversos momentos da sua história, em corroborar as verdades dos fatos e, simultaneamente, a credibilidade das enunciações em alguns importantes momentos da história política brasileira. Não obstante, o principal televisivo do país não escapa de críticas severas da esfera pública para as narrativas escolhidas em importantes capítulos do jornalismo (Becker, 2020). Como recordado pela autora (Becker, 2020), o mais famoso, e histórico de certo modo, momento para simbolizar tal posicionamento ocorreu em 2013, quando o Grupo Globo reconheceu um “erro” e pediu desculpas pelo apoio à implementação da ditadura militar, que vigorou no Brasil entre os anos de 1964 e 1985. Entretanto, como bem lembra Becker, durante dois movimentos políticos importantes da história do Brasil, o jornal optou por uma linha editorial dissociada das pautas progressistas à época.

Contudo, esse fato não gerou uma atuação mais progressista desse noticiário nos governos Lula e Dilma. Ao contrário, em um estudo anterior, foi possível identificar como o JN promoveu o impeachment de Dilma Rousseff, apagando e sufocando esse acontecimento tão importante na história política do país em meio às inúmeras reportagens sobre os Jogos Olímpicos de 2016 (BECKER et al., 2018). No dia 26 de abril de 2019, o JN não veiculou nenhuma notícia sobre a primeira entrevista do ex-presidente Lula, concedida aos jornais El País e Folha de São Paulo, após sua prisão. (Becker, 2020, p. 209)

Por outro lado, diante de um governo socialmente visto como contrário a algumas pautas progressistas, a Rede Globo enfrentou crises de relacionamentos institucionais com o então presidente Jair Bolsonaro. Tais tensões foram amplificadas não somente pelos ataques públicos do presidente, mas também pelo corte de receitas federais em campanhas publicitárias na Rede Globo de Televisão, como bem lembra Becker.

Durante a campanha presidencial de 2018, o atual presidente Jair Bolsonaro questionou em uma entrevista ao vivo a receita financeira da Rede Globo e o apoio da emissora à ditadura. No dia seguinte, o apresentador William Bonner leu uma nota reafirmando a idoneidade da emissora e seu compromisso com a isenção, um dos três atributos que correspondem à informação de qualidade, de acordo com os Princípios Editoriais do Grupo Globo. A relação entre a Rede Globo e o atual

presidente tornou-se tensa. Após sua vitória, Bolsonaro optou por se comunicar primeiro com as redes sociais e com a Rede Record, vinculada à Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e comandada pelo Bispo Edir Macedo, que declarou lealdade a Bolsonaro em 2018. Houve uma significativa redução dos aportes federais em campanhas publicitárias na Rede Globo. (Becker, 2020, p. 209)

Destarte, notabiliza-se a exacerbada influência dos interesses políticos e grupos dominantes brasileiros nos principais meios de comunicação do país e, por conseguinte, nos grandes moldadores das pautas e discussões da esfera pública. À luz dessa realidade, o *Jornal Nacional*, segundo Becker (2020, p. 210), prioriza, principalmente, “a valorização de sua própria mediação como ator social relevante na construção da realidade social do país”, em prol da manutenção da sua “centralidade como fonte de informação para grande parte da população brasileira”.

### **3.2 *Jornal Nacional* e a edição televisiva do dia 29 de dezembro de 2022**

A primeira análise deste trabalho aspira desvendar as grandes estratégias utilizadas pelo *Jornal Nacional* na edição do dia da “Grande Morte”. Afinal, há concordância com os conceitos levantados anteriormente neste trabalho? Como a opinião pública compreendeu os sentidos dos textos para além dos ambientes convergentes à televisão? E quais são as possíveis conclusões desta análise? Em suma, a partir da Análise Televisual Convergente, permite-se inferir algumas significações. Contudo, antes de analisar os ambientes convergentes ao *Jornal Nacional*, faz-se mister destrinchar todas as etapas da Análise Televisiva antes de passar pela Análise Televisiva Convergente.

A primeira categoria Estrutura refere-se aos elementos determinantes para a apresentação do conteúdo, considerando o contexto de sua produção e distribuição. Engloba aspectos como o estilo de narração, organização dos conteúdos, divisão em blocos e duração da obra. Portanto, na primeira etapa da investigação, por intermédio desta categoria, nota-se que o programa da Grande Morte de Pelé foi uma exceção ao padrão praticado pelo *Jornal Nacional*. Para fins de comparação, foi calculada a duração média de dez edições adicionais. Dentre essas, cinco foram registradas entre 28 de novembro e 2 de dezembro de 2022, enquanto as cinco restantes ocorreram entre 30 de janeiro e 6 de fevereiro de 2023. Assim, essas edições estão situadas exatamente um mês antes e um mês após o falecimento do Rei do Futebol, em 29 de dezembro de 2022.

O programa no dia do falecimento teve a duração exata de 1 hora e 13 minutos, praticamente 81% maior da média observada no íterim supracitado, cuja duração média de jornal ficou na casa dos 40 minutos, ou seja, mais de meia hora de diferença entre os dois

objetos. Para fins de transparência, vale destacar que os programas do período descrito acima tiveram, respectivamente, as seguintes durações: 41 minutos, 40 minutos, 42 minutos, 41 minutos, 39 minutos, 40 minutos, 39 minutos, 40 minutos, 40 minutos e 38 minutos. Ademais, ao contabilizar os dados da própria edição do dia 29 de dezembro, nota-se um aumento de mais de 300% na duração dos videoteipes (VTs) destinados a Pelé em comparação aos demais e de 12% nas notas do locutor — “enunciação com imagem e voz do locutor na bancada”, conforme proposto por Becker (2020, p. 210) — e nas notas cobertas — “enunciação com voz off do locutor e imagens do acontecimento” Becker (2020, p. 210). A justificativa para a acentuada discrepância na duração dos VTs está, evidentemente, relacionada ao número de VTs sobre o Rei do Futebol, que totalizam 11, em comparação a apenas três para os demais temas.

Já a segunda categoria, a Temática, contempla a abordagem dos conteúdos e os campos temáticos destacados em determinado produto audiovisual, como as editorias de um telejornal ou os temas de uma série. A aplicação da categoria Temática evidencia a extraordinariedade da edição analisada, fugindo totalmente do padrão das edições analisadas no estudo de Becker (2020). Na análise da autora, por exemplo, há dez editorias presentes. Já, nesta monografia, contabilizam-se somente dois temas principais: Esporte, com 81% da grade; e Política e Economia, com somente 16% — o restante ficou com a escalada, a vinheta e os créditos. Para efeitos comparativos, no estudo de Becker (2020), Política e Economia são os temas em segundo lugar, com mais evidência hierárquica por ocupar 27%, em média, do tempo do jornal. Em contrapartida, Esporte correspondia a somente 8% nesta análise, ou seja, Pelé alavancou em mais de dez vezes a editoria.

Como destacado pela pesquisadora (2020, p. 210) em seu ensaio, “os modos como as matérias são construídas e combinadas em blocos são relevantes na produção de sentidos sobre a experiência cotidiana”. À luz dessa máxima, faz-se mister também analisar esta divisão da edição estudada. Dividido em três blocos, o telejornal reservou o primeiro e terceiro momento para VTs dedicados totalmente a Pelé.

O começo da edição recuperou um panorama abrangente da vida do ídolo, a partir de cinco VTs. O primeiro abordou, na voz do repórter Guilherme Roseguini, as últimas informações, como hora e causa, sobre a Grande Morte, posta em jogo, com o detalhamento da trajetória durante a doença e dos últimos momentos de Pelé. Em seguida, uma matéria tratou das doenças que acometeram o Rei ao longo da sua vida, desde a retirada dos rins, ainda como jogador do Cosmos, passando pelas sequelas das lesões na época de jogador e cirurgias em decorrência da idade, até o câncer que lhe tirou a vida. Logo, na abertura da

matéria, percebe-se o tom de saudosismo e idolatria, adotado não apenas nesta reportagem, mas em todo o jornal: “Ele era uma força da natureza, materializada em campo, mas o corpo, que encantava o mundo com os seus lances geniais, também sofria”. O terceiro VT foi o mais longo do jornal com mais de oito minutos, em uma recuperação biográfica do olímpiano, desde o seu nascimento em Minas Gerais, contando seus feitos heroicos e proações como jogador do Santos Futebol Clube, da Seleção Brasileira e do New York Cosmos, com um claro intuito de exaltar e promover a eternidade dos feitos de Pelé, sob a narração do, à época repórter e hoje comentarista dos Grupos Globo, Eric Faria: “Dizem que todas as histórias têm um começo, um meio e um fim. Nem todas. O roteiro de vida, que o Pelé escreveu com os pés pelos campos do planeta, não tem um ponto final. É uma história que vai continuar sendo contada e recontada, de geração a geração, gol a gol”. Na sequência, foi apresentada aos telespectadores a pequena Três Corações, no interior de Minas Gerais, terra natal do morto, com uma visita à Casa Pelé, onde o Rei nasceu, a exibição de estátuas feitas em homenagem ao ídolo e a recuperação dos registros de imagens das visitas do “filho mais ilustre”, segundo a matéria, da cidade. As metáforas com o nome do local também não ficaram de fora: “O homem, de Três Corações, fez o nosso bater mais forte a cada conquista, representando o Brasil como embaixador do futebol”. E, por fim, o *Jornal Nacional* também visitou Santos, no litoral paulista, onde Pelé construiu sua vitoriosa carreira no clube homônimo à cidade, apresentando a Vila Belmiro, estádio do Santos Futebol Clube, com suas famosas atrações voltadas ao Rei — o armário, trancado e nunca aberto desde a despedida do jogador do clube, e o busto no museu Memorial das Conquistas, inaugurado na “maior concentração de craques santistas por metro quadrado”, segundo a matéria —, bem como o CT Rei Pelé — centro de treinamento do time, batizado em homenagem ao olímpiano, que, inclusive, estreou a baliza do local, marcando o primeiro gol, cuja imagem também fora recuperada no VT.

O terceiro bloco, por sua vez, apresentou um enfoque significativo na repercussão, de modo a reafirmar a Grande Morte de Pelé no dia 29 de dezembro de 2022. Essa narrativa foi construída em quatro VTs, seguindo uma lógica de escalonamento do impacto do falecimento nas sociedades dos mortais e dos sobre-humanos de Morin (1997). Primeiramente, o *Jornal Nacional* realizou, basicamente, um grande “povo-fala” do jornalismo, isto é, uma ampla coleta de entrevistas gravadas com pessoas aleatórias, a fim de capturar a reação da população brasileira à partida final do Rei do Futebol. “Vai deixar um legado”, “falta um pedaço no coração” e “a gente se despede com muita tristeza” foram algumas das aspas recuperadas por entrevistados, os quais não receberam identificação, nessa matéria, em prol de ressaltar a tristeza do “súditos brasileiros”, nas palavras da repórter Janaina Lepri. Em seguida, o jornal

expandiu suas fronteiras, rumando à Argentina para relatar como reagiram os *hermanos* à morte de Pelé — eles também tinham se tornado órfãos recentemente do seu maior ídolo futebolístico, Diego Armando Maradona. Assim como os brasileiros, os vizinhos latino-americanos também demonstraram sentimentos de tristeza e luto compartilhado: “O futebol é algo que une os sul-americanos e, hoje, o meu coração está com os brasileiros”, segundo Alejandro, um argentino comum entrevistado pela matéria. Ampliando ainda mais o escopo, os telespectadores acompanharam o eco do falecimento na sociedade do futebol, com depoimentos e manifestações de jogadores e entidades futebolísticas ao redor do mundo. Neymar, Kylian Mbappé, Cristiano Ronaldo, Lionel Messi, clubes brasileiros e europeus, ligas internacionais e até a Fifa foram alguns dos resgates feitos pela reportagem. Na última escada desse escalonamento, é retratado o supracitado poder olimpiano de Pelé em estar presente “nos pontos de contato entre a cultura de massa e o público”, conforme lembra Morin (1997, p. 108). Essa última reportagem resgata como Edson Arantes do Nascimento, o brasileiro de “dimensão planetária”<sup>15</sup>, nas palavras do âncora William Bonner, era amplamente bem recebido e reconhecido em âmbito global.

Entre os momentos supracitados, o segundo bloco trouxe as últimas notícias de Brasília. Vale contextualizar que, mesmo a três dias da posse presidencial de Luís Inácio Lula da Silva, as notícias políticas receberam menos espaço no jornal do que o habitual, ou seja, evidencia-se a relevância jornalística da morte de Pelé. Neste bloco, a edição repercutiu, inicialmente, o evento de anúncio dos ministros que assumiriam seus cargos no novo governo no dia 1º de janeiro de 2023. Na sequência, foi exibido um VT tratando das punições contra os responsáveis pelos atos de vandalismo<sup>16</sup> cometidos na capital federal, durante a diplomação do, à época, futuro presidente Luís Inácio Lula da Silva, no dia 12 de dezembro de 2022. Por último, diante desse contexto de barbárie, a montagem do programa prosseguiu com uma reportagem sobre as medidas de segurança que seriam implementadas pelas forças policiais do Brasil na cerimônia de posse do novo presidente, agendada para apenas três dias após essa exibição.

A categoria Enunciadores identifica os atores sociais presentes na narrativa, analisando as vozes presentes ou ausentes, como os diálogos, depoimentos e a atuação de repórteres e âncoras. Essa categoria permitiu a esta monografia concluir, em consonância com a análise de Becker (2020, p. 211), que “apresentadores e repórteres conduzem as enunciações do *Jornal*

<sup>15</sup> Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/11241626/>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>16</sup> À época, o *Jornal Nacional* informou que “bolsonaristas radicais tentaram invadir a sede da Polícia Federal, depredaram uma delegacia e botaram fogo em carros e ônibus [...], em reação à prisão de José Acácio Serere Xavante, que se diz cacique do povo Xavante e que também está envolvido em atos anti-democráticos”.

*Nacional*, direcionando a narrativa do telejornal”. Nesta edição especial da Grande Morte do Rei do Futebol, destacaram-se as vozes de autoridades, olímpicos, representantes de instituições e cidadãos comuns, gravadas em entrevistas. Todo o conteúdo é editado em breves depoimentos, designados nas rotinas produtivas de “sonoras”. Esse segmento evidencia a extraordinariedade deste programa, com a coleta de 36 depoimentos, o dobro da média de 18 em edições com tragédias, conforme identificado no estudo de Becker (2020). Aliás, a se ressaltar que somente cinco sonoras foram extraídas de coletivas de imprensa, ou seja, a equipe do *Jornal Nacional* apurou as demais em entrevistas de campo.

Os enunciadores desta edição dividem-se em dois grupos: o primeiro compreende 20 celebridades — como atuais e ex-jogadores de futebol e atletas de outros esportes —, bem como autoridades políticas e policiais — por exemplo, o futuro e o, até então, atual presidente —; o segundo, foram 16 cidadãos comuns. Em contraste com a análise de Becker (2020), que indicou uma discrepância na representatividade entre esses dois grupos, a edição do falecimento de Pelé demonstrou um equilíbrio com praticamente a mesma quantidade de entrevistas para cada classe de entrevistados. Entretanto, é notório que ainda persiste uma diferença racial, já evidenciada por Beatriz (2020) em sua análise, além da adição da desigualdade de gênero nesta edição voltada, majoritariamente, ao futebol. Em um universo de 16 entrevistados — desde o motoboy Erones Monteiro, o aposentado santista Vicente Marrone até o supervisor de futebol do tradicional clube paulista Juventus, Jorge Luís Silvestre — de admiradores comuns de Pelé, seleção que, em teoria, os produtores e repórteres das matérias tiveram liberdade para escolher, contabilizou-se somente duas torcedoras, sendo ambas brancas, e três pretos. Dentre esses cinco depoimentos, somente dois receberam a grade de créditos (GC), isto é, os créditos na tela com o nome dos entrevistados. Portanto, somente foi possível identificar a atendente branca Silvana Francesco e o músico preto Ronaldo Nascimento nesse escopo. O único depoimento de uma mulher preta no programa foi da guia da Casa Pelé, Francisca Isabel da Silva; a casa, conforme explicado anteriormente, é uma réplica da residência onde o jogador nasceu e viveu os primeiros anos de sua vida e que virou atração turística em Três Corações. Portanto, a partir dessa avaliação das vozes e das expressões presentes no *Jornal Nacional*, ainda há de se destacar as notórias desigualdades nas representações sociais transmitidas pelo telejornal, evidenciando-se a falta de diversidade, aspecto essencial para uma compreensão plural da sociedade brasileira (Becker, 2020).

Antes de tratar da categoria Visualidade, faz-se necessário recuperar uma importante contextualização histórica e contextual do telejornalismo, levantado por Becker (2020) em sua

análise, com base no estudo “O destino das imagens” (Rancièrre, 2016) e “Televisão e Telejornalismo” (Becker, 2016). Os autores discorrem sobre a utilização das imagens usadas na televisão, sejam gravadas ou transmitidas ao vivo, e a sua capacidade de gerar no telespectador uma impressão de visualizar a realidade sem filtros. Entretanto, defendem os autores, essa suposta transparência pode ser enganosa, afinal as imagens não mostram a realidade imparcialmente, visto que elas são cuidadosamente selecionadas e apresentadas por uma linha editorial. Destarte, molda-se como os eventos são enunciados e percebidos pela opinião pública. Ademais, infere-se que a combinação de palavras e de imagens cria uma linguagem familiar para atrair públicos diversos e, por conseguinte, popularizam-se os telejornais. E por fim, nesta contextualização, afere-se que o modo de apresentação de fatos e personagens, por meio desta união de textos e imagens, hierarquiza em diferentes graus de importância os acontecimentos corriqueiros. Portanto, há uma notória influência no que as audiências valorizam e como interpretam as notícias.

Diante das inferências dos autores, ao analisar a fundo a categoria Visualidade na edição de 29 de dezembro de 2022, percebe-se como o *Jornal Nacional* contrapõe a tese supracitada, no quesito em que limita a produção de imagens de telejornais às captadas por câmeras. Afinal, desde a chamada até o encerramento, é possível perceber facilmente a ênfase da criação de imagens do jornal em uma combinação de imagens reais e virtuais projetadas em três dimensões, em prol do fluxo contínuo de informações do mundo globalizado e conectado.

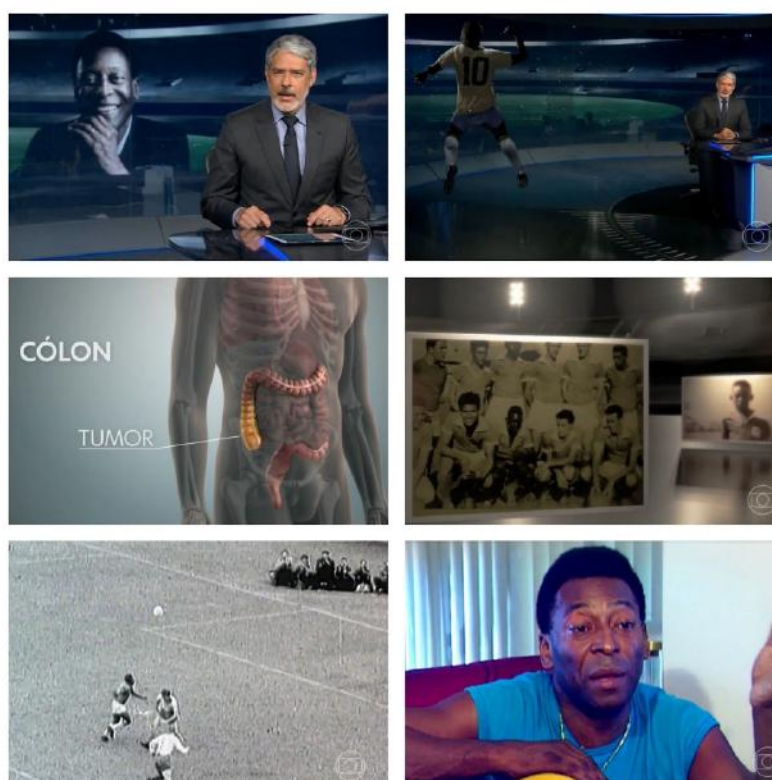
Um exemplo a ser destacado são as duas imagens de Pelé utilizadas ao longo do telejornal. A primeira e mais utilizada aparece logo no começo e segue até o final da transmissão, antes dos VTs do Rei. Trata-se do rosto do ídolo, mas já na fase idosa da vida. Portanto, corrobora-se a reflexão proposta por Mouillaud (2002) sobre a última saudação dos fãs ao retrato exposto do ídolo falecido nos veículos jornalísticos. A segunda imagem, por sua vez, foi um uma arte gráfica em 3D do corpo inteiro de Pelé, jovem e de costas, com a camisa 10 da Seleção Brasileira, fazendo a sua famosa comemoração do soco no ar. Esta ilustração é utilizada somente nos dois momentos em que os âncoras exaltam seus feitos heroicos enquanto atleta.

Como Becker (2020) analisa e explica em seu estudo, também é perceptível nesta edição a integração das redações ao cenário, juntamente com a ampliação da movimentação corporal dos apresentadores, o que proporciona uma maior diversidade de enquadramentos no estúdio. Esses recursos, juntamente com as telas de plasma, são empregados, segundo a autora (2020, p. 212), para “promover emoção e engajamento do público, além de transparência e

valorização das notícias”.

Ademais aos efeitos supracitados, foram identificados seis estilos de materialidades imagéticas utilizadas nas edições analisadas: reconstituições em 3D, artes gráficas, imagens de arquivo, imagens provenientes de redes sociais e outros veículos, fotografias em preto e branco e em cores. A Figura 2 ilustra tais elementos nesta edição do *Jornal Nacional*.

**Figura 2: Exemplo dos estilos de materialidades utilizadas no *Jornal Nacional* no Facebook e no dia 29 de dezembro de 2022**



Fonte: *Jornal Nacional*, 2022<sup>17</sup>

A categoria Som abrange os elementos sonoros, como palavras, ruídos e trilha sonora, e como estes interagem com os aspectos visuais da obra para enriquecer a narrativa e ampliar a construção de sentidos. A aplicação desta categoria nos permite perceber a relevância desse elemento e o seu modo de contribuição para a narrativa e experiência do *Jornal Nacional*, como bem destacado por Becker (2020). Como já destacado anteriormente, as vozes dos repórteres e, em especial, dos apresentadores têm relevância considerável na sonoridade do programa, dado que transmitem as informações à esfera pública. Na edição da “Grande

<sup>17</sup> Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/11241626/>. Acesso em 18 nov. 2024.

Morte”, os anúncios dos apresentadores são utilizados nas chamadas “cabeças” das matérias — as falas ao vivo dos locutores para introduzir o VT — ou em notas peladas, enquanto os dos repórteres aparecem em falas gravadas ou ao vivo na matéria e nas entradas ao vivo.

A trilha sonora escolhida nas reportagens também produz significados importantes. Por exemplo, a reportagem da biografia do Rei contém *backgrounds* de músicas animadas para amplificar momentos de glória no início da carreira de Pelé, mas na sequência é introduzida uma música dramática para retratar a lesão na Copa do Mundo de 1962 e a eliminação precoce na edição seguinte do torneio. Após esse momento de provação, conforme explicado por Campbell (2022), é escolhido um instrumental heroico, enquanto o repórter narra esse retorno de Pelé em meio a rumores de aposentadoria da seleção e ao feito inédito do gol mil da carreira. E logo em seguida, no ápice da provação, em que “o herói traz consigo o poder de beneficiar seus semelhantes” (Campbell, 2022, p. 36), a escolha foi por um samba bem característico do Brasil para retratar a conquista da Copa de 1970, quando, para muitos especialistas, a seleção do país do futebol contou com o melhor esquadrão da sua história e foi a primeira a conquistar o mundo três vezes. Por fim, o último elemento, mas indubitavelmente o mais importante do *Jornal Nacional*, é a vinheta do telejornal. Assim como é um padrão em mortes de grande repercussão, essa edição seguiu um padrão já identificado por Becker (2020) em seu estudo: a de finalizar o programa com a vinheta sem áudio para momentos de luto.

A categoria Edição, por sua vez, permite analisar os processos de montagem e composição da obra audiovisual, em prol da construção dos sentidos e a articulação das mensagens transmitidas. Ao ser aplicada na análise da cobertura do *Jornal Nacional* sobre a morte de Pelé, enfatiza-se a construção de um discurso de respeito, identificação, reverência e até nacionalista, em prol da exaltação do legado deste ídolo do futebol brasileiro. A narrativa adotada pela linha editorial promove, em diversos momentos, o que Becker (2020) denomina “humanismo solidário” em seu estudo. Afinal, locutores e repórteres expressam, a partir da informação, empatia e reconhecimento não apenas à figura de Pelé, mas também ao impacto que ele teve na vida de milhões de brasileiros e no mundo do esporte.

Embora Pelé colecionasse polêmicas e questionamentos, nenhum deles foi recuperado na edição do dia 29 de dezembro. A mais conhecida pela opinião pública, como será revisitado mais a frente neste trabalho, fora o não reconhecimento de paternidade de Sandra Regina, filha legítima fora do casamento. Mas, conforme lembra Helal, esse seria um problema do Edson Arantes do Nascimento e não do Pelé:

Como no futebol é comum o jogador possuir um apelido (pelo qual é conhecido e famoso) podemos dizer, por exemplo, que por detrás dos “homens” Edson, Diego e Arthur, surgiram os “super-homens” Pelé, Maradona e Zico. Notemos que esta “esquizofrenia” inerente ao ídolo ou essa divisão em duas personas, uma “públicomítica”, outra “privada-humana”, pode aparecer explicitamente nos discursos de alguns deles como Pelé, por exemplo, que sempre frisou a diferença entre “Pelé” e o “Edson” (Helal, 2003, p. 21)

Diante dessa combinação esquizofrênica entre o mortal e o olimpiano na mesma pessoa, pode-se conferir, novamente, com base nos pensamentos de Graeme Turner (2013) e Vera França (2012, p. 229), o caráter olimpiano de Pelé, dado que essa “exposição da intimidade e da privacidade na cena pública” do homem Edson destaca sua capacidade de despertar o interesse em sua vida privado, algo inerente e característico das celebridades.

Vale ressaltar aqui que este trabalho não impõe juízo de valor quanto ao que deveria ser noticiado ou não. Entretanto, destaca-se, diante desta escolha, o respeito adotado na omissão desses fatos, comprovando o que Ronaldo Helal (2003, p. 21) chamara de “esquizofrenia inerente ao ídolo” ou “divisão em duas personas, uma público-mítica, outra privada-humana”.

Para além dessa decisão, houve também uma forte narrativa de humanização do olimpiano Pelé, de modo a gerar um certo sentimento de identificação dos súditos futebolísticos brasileiros com o Rei Morto. Em diversos momentos do telejornal, mostram-se fraquezas impostas pelo corpo idoso do Edson, como a sua tristeza por precisar locomover-se com cadeiras de rodas, além de um vídeo do ídolo na UTI, que, apesar da gravidade da situação, exibe bom humor, gerando, assim, empatia do público. Inclusive, em um VT, o repórter chega a afirmar que o próprio ex-jogador publicou uma mensagem aos fãs em suas redes sociais, quando, evidentemente, tal ação provavelmente fora executada por algum responsável por essa mídia. Entretanto, a ideia do olimpiano comunicando-se diretamente com os meros mortais reforça a humanização de sua figura sobre-humana. Ainda nesse processo, há recuperação de vídeos de Pelé em choros emocionados, em ocasiões de solidariedade com necessitados ou ainda em um discurso pedindo “*Love, love, love*” (“amor, amor, amor”, em inglês) durante sua apresentação, em 1975, no clube de futebol estadunidense New York Cosmos.

Somado a esses fatores, há a recuperação histórica no telejornal da infância do Rei, que fora, antes de se tornar majestade, uma criança de origem pobre, nascida em Três Corações, no interior de Minas Gerais, onde não tinha energia elétrica poucos anos antes do nascimento de Pelé. Os VTs amplificam algumas dificuldades passadas pelo “garoto sonhador”, que chegou a engraxar chuteiras de jogadores nos primeiros anos de sua vida. Na

matéria destinada exclusivamente à cidade natal do ídolo, é utilizado um vídeo do arquivo do telejornal, no qual o ilustre cidadão mineiro canta para os seus conterrâneos essa declaração do seguinte trecho da música “Meu Legado”, de sua própria autoria: “Em Três Corações eu nasci. Foram três corações que a vida deu pra mim. O amor da minha mãe, o exemplo do meu pai. E o carinho do meu povo que eu nunca esqueci.”<sup>18</sup>

A reverência fez-se praticamente onipresente. Por exemplo, William Bonner, em certo momento do telejornal, afirma que “Pelé é tudo. Ele foi uma referência de sucesso, de profissionalismo que norteou a carreira de milhares de brasileiros”, expressão que se alinha com o que Morin (1997) chama de “modelo de cultura”. Já para o repórter Felipe Brisolla, na mesma cobertura, o Rei era “um gênio que personificou de forma bem brasileira a excelência esportiva que o país é capaz de produzir”. A apresentadora Renata Vasconcellos, por sua vez, afirma que ele era “o mais famoso e mais admirado dos brasileiros e foi homenageado em todos os cantos do mundo”. Essas são somente algumas das diversas aspas possíveis de serem resgatadas nesta edição. Todavia, há de se notar, como semelhança em todas as falas supracitadas, a ênfase na identidade brasileira. A poucos dias da posse de um novo presidente, após derrotar um governo com divergências e ataques públicos ao Grupo Globo, evidencia-se, curiosamente, a forte presença desse caráter nacionalista em uma edição histórica do *Jornal Nacional*. Em certos momentos, percebe-se até uma apropriação do sentimento da esfera pública em relação à morte de Pelé. Alguns trechos demonstraram desconsideração pela máxima do jornalismo que preconiza a não generalização, sugerindo que o telejornal, de fato, refletisse o sentimento coletivo de uma nação. Por exemplo, em uma entrevista mostrada pela edição, um cidadão afirma que “falta um pedaço em todos os brasileiros”. Em outro momento, a repórter Lília Teles dirige-se diretamente ao falecido Rei, utilizando um pronome possessivo que incluía todo o povo brasileiro, inclusive ela mesma, na sua reverência: “E para um Rei, que fez o Brasil sorrir tantas vezes, o nosso carinho e agradecimento cheio de saudades”.

No entanto, no que Helal (2003) chamaria de “esquizofrenia”, percebe-se, diante de uma visão nacionalista exacerbada, um certo complexo de vira-lata em alguns momentos e nas diretrizes referentes à hierarquização das pautas. Por exemplo, logo no começo do telejornal, durante a chamada para a vinheta, exalta-se, na sequência dos feitos esportivos, o encontro do Rei com a então recém-falecida Rainha Elizabeth II, do Reino Unido. De certo modo, o supracitado nacionalista Nelson Rodrigues, que chegou a exaltar o Brasil antes de

---

<sup>18</sup> Disponível em: <https://www.letras.mus.br/pele/meu-legado/>. Acesso em 18 nov. 2024.

uma partida contra a Inglaterra pela Copa do Mundo de 1970<sup>19</sup>, certamente questionaria por que um encontro com uma autoridade estrangeira mereceria destaque em detrimento dos encontros de Pelé com outras personalidades brasileiras. Outro momento para corroborar essa reflexão é a classificação como grande feito o convite feito pelo New York Cosmos, em 1975, ao jogador brasileiro para popularizar o futebol nos Estados Unidos, um país que, até os dias atuais, não figura entre as principais ligas e tampouco seleções na modalidade masculina. Esse feito, por sua vez, ganhou mais espaço e menções no telejornal do que o histórico episódio em que Pelé e o time do Santos causaram uma interrupção na Guerra de Biafra, na Nigéria, para os combatentes assistirem ao jogo da equipe brasileira.

Em consonância com o explicitado por Becker (2020), essa edição do *Jornal Nacional*, por intermédio dessas estratégias de edição supracitadas, também estabelece “vínculos com as audiências” do telejornal, conferindo ao jornal um papel de desmistificador dos fatos. Um exemplo dessa função autoconferida pelo telejornal é uma declaração do âncora William Bonner.

Um brasileiro, mais jovem, que esteja assistindo ao *Jornal Nacional* de hoje, talvez, não tivesse, pelo menos até agora, uma noção da dimensão planetária alcançada pela figura do Pelé. Ele era um brasileiro, de Minas Gerais, reconhecido em todos os lugares. Era um cidadão do mundo. (Bonner, 2022)<sup>20</sup>

Destarte, a partir da aplicação da categoria Edição nesta cobertura do dia 29 de dezembro de 2022 do *Jornal Nacional*, permite-se inferir que a enunciação dos fatos vai para além da simples comunicação da notícia. O telejornal torna-se, efetivamente, um espaço importante de reafirmação de valores coletivos, da necessidade de solidariedade e, de certa forma, da propagação da defesa dos interesses corporativos do Grupo Globo. A soma desses fatores corrobora para a construção de uma memória social que honra e perpetua o legado de um dos maiores ícones do Brasil.

Feitas as aplicações das seis categorias supracitadas, a Análise Televisual, antes de analisar os meios convergentes aos telejornais, contempla também três princípios. O primeiro deles é o da Fragmentação, cuja aplicação permite identificar uma correlação temática entre as matérias da edição do *Jornal Nacional* do dia 29 de dezembro de 2022. No entanto, assim como percebido por Beatriz Becker (2020) em sua análise, há momentos de pouca relação

---

<sup>19</sup> Em sua crônica “O grande sol do escrete”, publicado no jornal *O Globo*, no dia 6 de junho de 1970, véspera do confronto válido entre Brasil e Inglaterra, pela fase de grupo da Copa do Mundo do México, Nelson Rodrigues escreveu o seguinte: “Amanhã jogaremos com a Inglaterra. Eu sei que a Inglaterra é grande. Mas nós somos maiores, porque somos Brasil, imensamente Brasil, eternamente Brasil”. O confronto foi vencido pela Seleção Brasileira por 1 a 0, com gol de Jairzinho.

<sup>20</sup> Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/11241626/>. Acesso em 18 nov. 2024.

temática no programa desta data, mesmo que em menor grau do que o levantado pela autora.

O primeiro bloco demonstrou um grande enfoque em recuperar todos os fatos noticiosos considerados relevantes pelo telejornal até o momento do falecimento de Pelé. Isso inclui uma narrativa detalhada sobre as circunstâncias que envolveram sua morte, como o câncer e de outros problemas de saúde enfrentados ao longo de sua vida, além de um panorama sobre a trajetória biográfica de Edson Arantes do Nascimento, sua terra natal — Três Corações — e a cidade onde o craque atuou predominantemente na carreira — Santos.

Em seguida, o segundo bloco trouxe matérias somente de temática política, como a nomeação dos ministros do governo Lula, a prisão de responsáveis por crimes de vandalismo na capital federal e, logo na sequência desta matéria que aborda a impunidade de crimes de segurança pública, as medidas adotadas pela Polícia Federal para garantir a segurança de todos na posse do novo presidente. Um destaque interessante nesta edição foi a recuperação de um gol do Pelé antes de cada intervalo, algo explorado em todos os blocos. Ou seja, mesmo no bloco de política, em um momento que o telejornal estaria de volta à “normalidade”, houve o uso de elementos para recordar da “Grande Morte”, mesmo que não houvesse nenhuma relação temática entre os fatos.

E no terceiro bloco, ao retornar para a cobertura do falecimento do ex-jogador, houve uma perceptível preferência em noticiar a repercussão do fato, evidenciado pelas matérias com a técnica jornalística do povo-fala em diversas cidades brasileiras ou a amplificação de como reagiram à morte os jornais estrangeiros e ídolos do futebol e do esporte brasileiro e estrangeiro.

O próximo princípio a ser aplicado é o da Dramatização. Assim como usado por Becker (2020, p. 214) em sua pesquisa sobre o *Jornal Nacional*, a edição analisada por esta monografia também utilizou intensamente metáforas e expressões poéticas, em prol da promoção da “comoção, envolvimento das audiências e uma espécie de luto compartilhado”. Referente ao último aspecto destacado, faz-se mister recordar do uso frequente da generalização também para reforçar esse ponto, como na já recuperada fala da repórter Lília Teles ao expressar o “nosso carinho e a nossa saudade”, do povo brasileiro, ao Rei Pelé.

Dentre as diversas metáforas escolhidas, esta monografia optou por destacar algumas que ressaltam uma curiosa coincidência jornalística. Uma das mais conhecidas máximas em reverência ao Rei do Futebol é a “Se Pelé não tivesse nascido homem, teria nascido bola”, de autoria de um dos idealizadores do *Jornal Nacional*. Armando Nogueira, em uma nota datada de 21 de novembro de 1969 e publicado no *Jornal do Brasil*, é o idealizador dessa famosíssima metáfora. Por coincidência ou não, a relação entre Pelé e a bola, por meio de

metáforas, foi uma das grandes estratégias de linguagens utilizadas pelos jornalistas nesta edição do telejornal. Eric Faria, em seu VT da biografia do ídolo, destaca o ídolo como “o eterno namorado da bola” ou, ao falar do seu retorno da aposentadoria para atuar no Cosmos, afirma que “a saudade da bola falou mais alto”. Essa estratégia, porém, fora utilizado ainda durante a vida do olimpiano. É o que comprova o resgate, em meio à reportagem sobre a trajetória biográfica, de uma entrevista do arquivo do jornal, na qual Pelé literalmente declara todo o seu amor à bola de futebol: “Querida bola, se existe uma coisa importante no mundo, é você. Se Deus mandou você para mim e me deu tanta liberdade e amizade com você, é porque Deus me ama”.

O terceiro e último princípio de enunciação na AT é a Definição de Identidades e Valores. Como conclui Becker (2020) em sua análise, o *Jornal Nacional* caracteriza-se pela sua identidade de mediador responsável não somente pela informação, mas também pelo fomento da reflexão da opinião pública. Nesse sentido, percebe-se a utilização da morte desse ídolo unificador para a amplificação de espaço de reafirmação da identidade e pertencimento dos brasileiros em um cenário de divisões políticas sociais. Destarte, a partir dessa função-mor do telejornal, Becker (2020), novamente, demonstra sua análise assertiva ao afirmar que o programa também implica ao jornalismo um importante papel na proteção da democracia.

Para esta edição específica do *Jornal Nacional*, a linha editorial contava com um objetivo de valor muito bem definido: a exaltação e comoção popular pela partida da figura histórica do futebolista Pelé. Como já analisado anteriormente, a generalização foi um elemento bem explorado para esse aspecto. Para além dos casos citados, há ainda uma fala de William Bonner ao afirmar que “todo torcedor brasileiro tem o orgulho de ser do país, em que nasceu o Rei do Futebol. E nós somos mais de 200 milhões de fãs”.

Como já retratado anteriormente, esse nacionalismo fora explorado em um cenário de transição presidencial entre dois adversários com visões e relacionamentos extremamente antagônicos com o Grupo Globo. Neste contexto, a estratégia de valorização de um símbolo do Brasil transcorre também em um cenário onde a recuperação do tradicional “orgulho de ser brasileiro” faz-se presente. A ênfase em Pelé, como uma figura unificadora, conforme observado nas supracitadas aspas do jornal, reflete a tentativa de restauração de um sentimento de identidade e pertencimento em um cenário de divisões políticas e sociais claras.

Diante de toda a polarização política, essa escolha já seria uma justificativa para um telejornal que se autodenomina um meio de proteção à democracia, ou seja, ao sistema

político vigente no Brasil (Becker, 2020, p. 222) Entretanto, outras escolhas corroboram essa narrativa. A primeira, descolada da temática Pelé, está no bloco destinado às notícias de Política, no qual todas as reportagens apresentaram temáticas que enfraqueciam a corrente bolsonarista vigente nos últimos dias de governo. Ademais, mesmo ao tratar da “Grande Morte”, algumas escolhas indicaram o fortalecimento do novo governo. Por exemplo, ao abordar as repercussões políticas do falecimento do Rei, o *Jornal Nacional* trouxe os textos divulgados nas redes sociais tanto de Bolsonaro quanto de Lula. Entretanto, o do político petista obteve praticamente o dobro do tempo de tela. A diferença entre as duas notas foi de 92% — 46 segundos para o, até o momento da publicação deste trabalho, atual chefe de executivo contra 24 segundos destinados ao seu antecessor. Além disso, houve a exibição de um rápido VT com o pronunciamento do vice-presidente Geraldo Alckmin sobre o ocorrido durante uma coletiva de imprensa. Por outro lado, Hamilton Mourão, o vice-presidente do governo ainda vigente à época, não teve sua declaração repercutida pelo jornal.

À luz desta contextualização, infere-se que a edição do *Jornal Nacional*, para além de um mediador informacional, torna-se um espaço de reafirmação da cultura e dos valores brasileiros, a partir da figura de Pelé como um ponto de convergência para a nação. Além disso, conforme levantado por Becker (2020), o telejornal também se autoconfigura como um importante meio de comunicação em prol da defesa da democracia no Brasil e de quaisquer correntes políticas contrárias a esse sistema de governo, assim como os interesses do Grupo Globo.

### **3.2 *Jornal Nacional* e a ambiência digital no dia 29 de dezembro de 2022**

Com o exposto acima, conclui-se a Análise Televisual proposta por Beatriz Becker (2020). No entanto, como a própria autora propõe, os estudos das estratégias de comunicabilidade dos noticiários televisivos, em particular do *Jornal Nacional*, requerem uma análise transcendente aos sentidos e às convenções do texto. Essas pesquisas tornam-se mais complexas devido à “hibridização de meios, tecnologias, textualidades e práticas de produção, circulação e consumo no contexto convergente” (Becker, 2020, p. 215). Logo, exige-se a adoção de procedimentos metodológicos distintos. A solução para essa problemática reside na adoção do esquema analítico denominado Análise Televisual Convergente. Ele permite a apreensão de outras quatro dimensões dos processos de comunicação do *Jornal Nacional*, para além do tangenciado somente pelos textos. Assim, é possível compreender como o telejornal, em especial quando da Grande Morte de Pelé,

insere-se na cultura digital, conforme sistematizado a seguir.

A primeira dimensão analisada é a das Singularidades da Ambiência, responsável por dissecar a articulação do *Jornal Nacional*, transmitido na televisão, com um conjunto de sete ambiências no espaço virtual, bem como os diversos tipos de conteúdos do telejornal disponibilizados em três plataformas, três redes sociais e um aplicativo de mensagens. Tratam-se da plataforma Globoplay, g1, g1-App, Facebook, Twitter, YouTube e WhatsApp.

Ao analisar a plataforma Globoplay, verificou-se a utilização de dois formatos diferentes para a disseminação do jornal. A primeira são os tradicionais “cortes” dos VTs, fortemente popularizados durante a pandemia — já previamente muito utilizados pelo *Jornal Nacional*, segundo a pesquisa de Becker (2020). A edição do dia 29 de dezembro de 2022 desmembrou-se em 16 trechos de vídeos do noticiário. Além disso, há a publicação do programa na íntegra.

Já no g1, houve a publicação também dos “cortes”, porém em maior quantidade, totalizando 20 vídeos no site. Em contrapartida, a edição na íntegra desta edição foi um conteúdo exclusivo para os assinantes do Globoplay. Ademais, houve a publicação de oito notícias em vídeo do telejornal e de somente uma notícia com o apoio de um vídeo do JN. Da mesma maneira que o site, o g1-App utilizou essas três categorias de conteúdo e formatos noticiosos em áudio e vídeo. Entretanto, a diferença fundamental no aplicativo é o redirecionamento dos conteúdos e formatos audiovisuais do usuário.

Outrossim, as páginas do *Jornal Nacional* nas redes X<sup>21</sup> e Facebook contam com diferenças significativas na amplificação das notícias. Na página do noticiário no X, foram publicados somente um vídeo e duas fotos. O vídeo, em si, é a exibição do Plantão da Globo com o anúncio da morte, publicado às 16h01, ou seja, 12 minutos após a transmissão ao vivo na televisão. Em contraste, uma das fotos é uma mídia de uma notícia do g1 para repercutir o depoimento do icônico e olímpico narrador Galvão Bueno sobre a morte de Pelé — tal depoimento não foi exibido no telejornal — e uma foto da bancada com uma chamada para o começo do *Jornal Nacional*.

O Facebook, por sua vez, contou com uma maior divulgação nas notícias com nove postagens ao todo, sendo três vídeos e seis imagens. Desse total, quatro subiram ao ar antes de começar o telejornal e, assim como no X, houve a publicação do vídeo do Plantão da Globo, da matéria do depoimento do Galvão Bueno e da foto da bancada como uma chamada para o

---

<sup>21</sup> Adquirida pelo empresário Elon Musk, a rede social X é amplamente reconhecida pelo seu nome anterior, Twitter. É importante ressaltar que, na ocasião do falecimento de Pelé, a plataforma ainda se denominava Twitter e estava sob a administração da Twitter, Inc., a antiga proprietária da rede social.

início do programa, somados a uma matéria para acompanhar a repercussão da “Grande Morte”. Além disso, durante e após o jornal, houve a postagem de cinco matérias de vídeo publicadas no g1, sendo quatro destinadas à temática Pelé — três com cortes de vídeos e uma com imagem estática — e uma à prisão dos responsáveis pelos crimes de vandalismo em Brasília.

Mesmo com mais de 2 bilhões de usuários mensais no YouTube em 2023, segundo levantamento da Forbes<sup>22</sup>, pouco se alterou no cenário verificado por Becker (2020) da opção do Grupo Globo em priorizar o Globoplay e o g1, em detrimento da mais popular plataforma de vídeo do mundo. Assim como em 2019, não há um canal oficial exclusivo para o *Jornal Nacional* no site. Atualmente, existem apenas os canais “g1” e “TV Globo”, com 1,2 milhões e 5,96 milhões de inscritos<sup>23</sup>, respectivamente.

O primeiro é voltado para a divulgação de fatos noticiosos, incluindo trechos dos principais programas jornalísticos da Rede Globo. Isso abrange não apenas o *Jornal Nacional*, mas também outros telejornais, além de programas especiais como o *Fantástico* e conteúdos do canal fechado Globo News. Entretanto, feita a pesquisa por vídeos à época do falecimento de Pelé, são encontrados somente oito vídeos no canal, e nenhum deles é de repercussão do *Jornal Nacional*. Foram publicados três vídeos curtos com imagens do velório e sepultamento, além de outros três vídeos com duração variando de um e três minutos com curiosidades biográficas da vida do ídolo. Também foi publicado um vídeo da série “g1 em 1 minuto” com as principais notícias do dia de maneira sucinta, e um vídeo contendo o podcast completo “O Assunto”, apresentado por Natuza Nery.

O canal “TV Globo”, por sua vez, contempla, majoritariamente, vídeos dos programas de lazer, entretenimento e bem-estar da TV Globo. Diante desse cenário, não há conteúdos jornalísticos do *Jornal Nacional* sobre Pelé nesta página do YouTube. No entanto, ao pesquisar, é possível encontrar uma reportagem do *Fantástico* sobre essa “Grande Morte”. Ademais, foram publicadas as repercussões do tema nos programas *Mais Você* e *Encontro com Patrícia Poeta*. Assim, ao todo, contabilizam-se somente quatro vídeos no canal sobre o falecimento do Rei do Futebol.

Por fim, em relação ao WhatsApp, nota-se que o cenário observado por Becker (2020) em 2019 não apresentou alterações significativas em comparação ao analisado nesta

---

<sup>22</sup>

Disponível

em:

<https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/05/brasil-e-o-terceiro-pais-com-mais-usuarios-do-youtube-em-2023/#:~:text=Criado%20em%202005%20e%20dispon%C3%ADvel,mensalmente%2C%20conforme%20o%20ranking%20Alexa>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>23</sup> Dados levantados em 1º nov. 2024.

monografia na edição do dia 29 de dezembro de 2022. Logo, infere-se que a utilização do WhatsApp enquanto ferramenta de participação do público permaneceu restrita ainda aos telejornais locais, visto que o *Jornal Nacional* não recorreu a essa ferramenta para contribuir na elaboração da programação do telejornal referente à Grande Morte de Pelé. Entretanto, o envio de material continua disponível por meio do preenchimento de um formulário, disponibilizado na seção do *Jornal Nacional* no site g1.

A dimensão da Circulação do Programa permite constatar que, para além da veiculação na televisão, o *Jornal Nacional* integrou-se com o público, a partir de sete ambiências no espaço virtual. Entretanto, percebeu-se uma clara hierarquização na disseminação e na ampliação das mesmas notícias, transmitidas na televisão, em formato de vídeo em duas plataformas principais: Globoplay e g1. Ademais, algumas dessas informações foram também disponibilizadas nas páginas de duas redes sociais, Facebook, principalmente, e X, bem como em um aplicativo, o g1-App. Todavia, como lembrado por Becker (2020), a profusão de notícias no ambiente convergente exige um tratamento mais rigoroso e criterioso do conteúdo noticioso por parte do telejornalismo e do *Jornal Nacional*. Afinal, nota-se um objetivo do programa em qualificar a informação e estabelecer um vínculo sólido com as audiências como uma fonte confiável e credível, principalmente na inserção de um cenário de informações cada vez mais fragmentadas

A dimensão das Características das Organizações e das Práticas Produtivas, conforme destaca Becker (2020), permite amplificar a compreensão de aspectos relevantes da produção jornalística do telejornal. Como infere a pesquisadora, a análise das matérias da edição da “Grande Morte” de Pelé, em paralelo à dos Princípios Editoriais do Grupo Globo, revelou uma mudança significativa na prática jornalística exercida pelo *Jornal Nacional*.

A apresentação da verdade dos fatos, como missão das Organizações Globo e do *Jornal Nacional*, enunciada por Fátima Bernardes na edição de 14 de junho de 2005, [...] é agora substituída pela busca da verdade dos fatos. Certamente, essa flexibilização do discurso, amparada na objetividade jornalística, está relacionada, em certa medida, à mudança do papel desempenhado pelo noticiário como primeira fonte de informação para a maioria da população brasileira durante muitos anos. No entanto, a televisão ainda é a principal fonte de informação para muitos brasileiros, e este noticiário é o mais assistido do país; assim, suas enunciações tendem a legitimar certas verdades dos fatos. (Becker, 2020, p. 217)

Vale ressaltar que a ambiência convergente potencializa ainda mais o alcance dessas matérias, mas, simultaneamente, impulsiona a já intensa polarização política e acelerada circulação de informações falsas ou não confiáveis em redes sociais. Por isso, mesmo ao analisar somente uma edição do *Jornal Nacional*, percebe-se essa tentativa de estabelecer uma

relação de cumplicidade com a opinião pública. Conforme destacado na Análise Televisiva, o telejornal propõe a narrativa de humanismo solidário, através da exaltação de um símbolo do Brasil, às vésperas da saída de um governo que em diversos momentos ameaçou não somente os interesses do Grupo Globo, mas, sobretudo, aos olhos de parcela do público, da democracia brasileira, que o JN propõe-se a defender (Becker, 2020), como, supostamente, defendido pelos Princípios Editoriais do Grupo Globo.

O Grupo Globo será sempre independente, apartidário, laico e praticará um jornalismo que busque a isenção, a correção e a agilidade, como estabelecido aqui de forma minuciosa. Não será, portanto, nem a favor nem contra governos, igrejas, clubes, grupos econômicos, partidos. Mas defenderá intransigentemente o respeito a valores sem os quais uma sociedade não pode se desenvolver plenamente: a democracia, as liberdades individuais, a livre iniciativa, os direitos humanos, a república, o avanço da ciência e a conservação da natureza. (Globo, 2011)<sup>24</sup>

Outrossim, em consonância com Becker (2020, p. 218) e como já supracitado, há “estratégias de aproximações com as audiências”, além da identificação de “milhões de brasileiros”, segundo Bonner, com o olímpiano Pelé. No dia 29 de dezembro de 2022, o *Jornal Nacional* contou com enunciados de certo modo mais informais, com o uso até da primeira pessoa do plural em alguns momentos, e exaltação do homem preto, de origem pobre e do interior. Por exemplo, logo no começo da escalada de abertura, William Bonner profere em comunicação direta com o telespectador: “O descanso de sua majestade”; em outro momento, a repórter Lília Teles expressa o “nosso carinho e a nossa saudade” do povo brasileiro, a Pelé; e, por fim, o repórter Marcelo Courrage enaltece que “o garoto, que nasceu pobre na pequena Três Corações, ganhou o mundo cedo. E voou muito: 17 passaportes registram visitas a 72 países. Em todos eles, Pelé continua sendo sinônimo de Brasil”. Deste modo, incorpora-se, na narrativa, “aspirações da população, rejeitando a cultura elitista e celebrando as sensibilidades e as angústias populares” (Becker, 2020, p. 218).

Portanto, a terceira dimensão permite concluir que a transmissão cotidiana do *Jornal Nacional* não se limita apenas a informar, mas também a determinar o que é relevante e digno para ser esclarecido para a opinião pública. Logo, o programa consegue, até certo ponto, omitir da sociedade outras realidades igualmente significativas, como todas as polêmicas do Edson Arantes Nascimento, que foram ignoradas na edição voltada ao seu falecimento. Destarte, o principal telejornal do país não é um reflexo completamente fidedigno da realidade brasileira, mas uma representação moldada e influenciada que interfere em como o público compreende e interage com o mundo ao seu redor. Dessa maneira, a linha editorial do

---

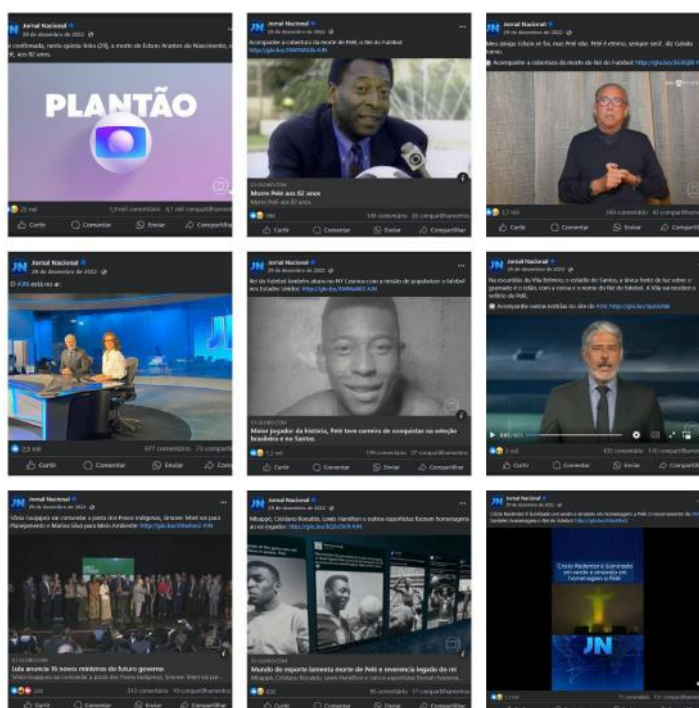
<sup>24</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>. Acesso em 18 nov. 2024.

*Jornal Nacional* propaga a sua hegemonia informativa.

No entanto, como explica Becker (2020, p. 218), o posto de maior telejornal do *Jornal Nacional* reside não somente nas suas estratégias de produção, voltadas para o “envolvimento e o engajamento das audiências em diferentes plataformas”. Afinal, a expansão da televisão para outros ambientes de convergência, evidentemente, promove o compartilhamento das produções jornalísticas do programa. Para além deste primeiro fator, outro importante responsável por essa hegemonia são as Interações das Audiências — a quarta e última dimensão da Análise Televisiva Convergente. Para dissecar essa perspectiva, esta monografia propõe um estudo quantitativo e qualitativo na forma como a esfera pública estabeleceu suas relações com os enunciados do *Jornal Nacional* da Grande Morte de Pelé.

No primeiro aspecto desta pesquisa, realizou-se uma contagem, por meio da captura de tela de todas as postagens da página do *Jornal Nacional* tanto no seu perfil do Facebook (Figura 3) quanto do X (Figura 4), no dia 29 de dezembro de 2022, além da soma do número de comentários, compartilhamentos, curtidas e visualizações de cada publicação, indicados em ambas as plataformas (Tabela 1).

**Figura 3: Captura de tela de todas as publicações da página do *Jornal Nacional* no Facebook e no dia 29 de dezembro de 2022**



Fonte: *Jornal Nacional*, 2022<sup>25</sup>

<sup>25</sup> Disponível em: [https://www.facebook.com/JornalNacional/?locale=pt\\_BR](https://www.facebook.com/JornalNacional/?locale=pt_BR). Acesso em 18 nov. 2024.

**Figura 4: Captura de tela de todas as publicações da página do *Jornal Nacional* no X e no dia 29 de dezembro de 2022**



Fonte: *Jornal Nacional*, 2022<sup>26</sup>

Conforme já supracitado neste trabalho, percebeu-se uma considerável diferença de conteúdos publicados entre as duas redes sociais: enquanto no Facebook contabilizaram-se nove postagens, no X houve somente quatro publicações, ou seja, a rede da Meta contou com mais que o dobro de conteúdo em relação à da Twitter, Inc. — dona do X, à época. Evidentemente, essa discrepância na quantidade de postagens corrobora a maior quantidade total de métricas de interação com a audiência. Entretanto, ao realizar uma média de indicadores por postagens, percebe-se que o Facebook ainda contém a maior quantidade de engajamento dos internautas.

<sup>26</sup> Disponível em: <https://x.com/jornalnacional>. Acesso em 18 nov. 2024.

**Tabela 1: Quantidade total e média por publicação de comentários, compartilhamentos, visualizações e reações nas publicações<sup>27</sup> do X e Facebook do *Jornal Nacional*, referentes à edição de 29 de dezembro de 2022**

	Número de publicações		Comentários		Compartilhamentos e repostagens		Visualizações		Reações e Curtidas	
	FB	X	FB	X	FB	X	FB	X	FB	X
<b>Total</b>	9	4	3.888	168	4.547	696	-	228.000	37.706	3.993
<b>Média</b>	-	-	432	56	505	232	-	76.000	4.190	1.331

Fonte: Elaborada pelo autor a partir de dados das redes sociais Facebook e X<sup>28</sup>

A segunda esfera deste estudo propõe uma análise detalhada dos comentários gerados nas postagens, em prol de aprofundar a compreensão sobre a maneira como as audiências de diferentes convergências interagem com o *Jornal Nacional*. Essa abordagem visa explorar o impacto das postagens do telejornal nas diferentes plataformas digitais, entendendo como as reações dos usuários variam conforme o meio e as suas características específicas. Para tanto,

<sup>27</sup>

Disponível

em:

[https://x.com/search?q=%28from%3AJornalNacional%29+until%3A2022-12-30+since%3A2022-12-29&src=typed\\_query&f=live](https://x.com/search?q=%28from%3AJornalNacional%29+until%3A2022-12-30+since%3A2022-12-29&src=typed_query&f=live), [https://www.facebook.com/JornalNacional/?locale=pt\\_BR](https://www.facebook.com/JornalNacional/?locale=pt_BR), <https://fb.watch/w7rC54AIKv/>, <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid0QzUcM9JMwh3VqHhUUbKdgcE1zM5uiFWT1fRYThGBV4XERoYHbCyMkLVP6xkc7iWLI>, <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid02uEdLwwRc4JF2Qd4iGYUiYUFEWHWtz7kBhkk2jt88qBZD5qAfoPXZKjuY6LLfjEEI>, <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid02PDVOTogj4RMdUnp7xoMuGca3OoM4rssRdi3Nyd53EcnaRRex5LMFiHBYXzuRwJYDI>, <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid0gqonoCfAxbJ7eLfyLZkPZSTW61s18jz7PN35oj9nEABfKRVz1DhUopnmuF3EKekGI>, [https://fb.watch/w7rD\\_ruwQ6/](https://fb.watch/w7rD_ruwQ6/), <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid035uXBJTWR8MRpktmFmnX66A6aGoZYrDR3qjeRqGnNcr5cbJvxgaOMtk6SgUpkUHKDI>, <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid0MdD5tmqL22LstVccy2z8pfzKCr8AS4r7coJ6NfL8ZVf4DP3syRzfoDLw4sJX8WiUJ>, <https://www.facebook.com/reel/5785766198187122>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>28</sup> Devido a uma limitação do Facebook, não é possível coletar a quantidade de visualizações ou impressões de uma postagem. Ademais, a rede social da Meta impõe um limite na contagem precisa de respostas em postagens com mais de mil comentários, apresentando apenas a quantidade aproximada em milhar. Por exemplo, em uma postagem com 1,9 mil comentários, é possível visualizar um recorte de somente 145 respostas. Essa mesma limitação aplica-se à coleta de curtidas e reações tanto no Facebook quanto no X. Portanto, nesse estudo quantitativo e qualitativo, foram consideradas as quantidades aproximadas fornecidas pelas redes sociais.

seguiu-se uma metodologia de Beatriz Becker (2020): a Análise Televisual Convergente. Assim como na sua pesquisa, o método adotado envolveu a seleção dos dez primeiros comentários mais relevantes, conforme determinado pelo algoritmo de cada plataforma, entre os que o sistema entregou ao autor desta monografia, conectado por meio de suas contas pessoais, ao realizar a pesquisa.

Esses comentários foram categorizados conforme os enunciados presentes, a partir de um critério interpretativo inspirado em outra pesquisa significativa de Becker (2014). A categorização busca não apenas classificar, mas também entender a natureza dos discursos produzidos pelos usuários, permitindo uma leitura mais crítica do comportamento das audiências nas redes sociais. É importante destacar que, ao contrário do estudo realizado por Becker (2020), que se concentrou apenas na plataforma Facebook, este trabalho ampliou o escopo de coleta para incluir também o X<sup>29</sup>, uma plataforma com características distintas, ampliando o alcance da pesquisa e permitindo uma análise comparativa mais robusta.

Ao todo, foram coletados 130 comentários (Tabela 2), o que representa um número significativo para a análise proposta por permitir uma visão mais abrangente das reações do público. Essa coleta foi crucial para compreender a diversidade de perspectivas, uma vez que o comportamento do público no X e no Facebook pode variar de maneira substancial, devido à natureza das plataformas e aos tipos de usuários que nelas interagem. Dessa forma, ao incluir ambos os ambientes, a pesquisa tem em vista oferecer uma visão mais completa dos modos de engajamento da opinião pública. Portanto, à luz dessa contextualização qualitativa, é possível identificar de forma mais precisa os diferentes modos de engajamento da opinião pública, atingida pelas postagens do telejornal. Essa análise, por sua vez, ganha relevância em um cenário denominado por Mouillaud (2002) como de “Grande Morte”. Ademais, há de se destacar, novamente, que a exibição desse programa ocorreu a três dias da posse presidencial de Luis Inácio Lula da Silva, após derrotar o candidato da situação, Jair Messias Bolsonaro, no segundo turno. Essa contextualização é fundamental para entender o contexto em que as postagens do Jornal Nacional estão inseridas, e como as audiências, em suas diversas formas de interação, reagem às informações que lhes são entregues.

---

<sup>29</sup> Para fins de transparência, vale destacar que uma postagem no X, voltada para noticiar a morte de Pelé, obteve somente sete comentários. Portanto, houve a compensação dessa ausência com a coleta de 13 comentários em outra publicação, de modo a manter a média de 10 comentários analisados por *post* em todas as redes sociais..

**Tabela 2: Sistematização dos comentários coletados nas redes sociais<sup>30</sup> do *Jornal Nacional*, referentes à edição de 29 de dezembro de 2022**

	Elogios		Críticas		Sugestões		Outros	
<b>Número de comentários</b>	69		51		1		9	
<b>Rede social</b>	<b>FB</b>	<b>X</b>	<b>FB</b>	<b>X</b>	<b>FB</b>	<b>X</b>	<b>FB</b>	<b>X</b>
<b>Número de comentários por rede social</b>	45	24	31	20	0	1	7	2

Fonte: Elaborada pelo autor a partir de dados do Facebook e do X

A análise dos comentários demonstra questionamentos à hegemonia do *Jornal Nacional*, afinal as respostas categorizadas como “Críticas” não se limitam apenas a Pelé, estendendo-se também ao telejornal do Grupo Globo. Em um cenário de polarização política, principalmente às vésperas da posse de Lula após derrotar Jair Bolsonaro em uma eleição cujo resultado foi extremamente equilibrado (50,9% contra 49,1% dos votos, respectivamente) e questionado por parcela da população, ataques ao jornal, mesmo em um momento da morte de um ídolo nacional, fizeram-se muito presentes.

O internauta André Andrade Olelione até começa seu comentário no Facebook elogiando o Rei: “Morreram vários artistas em 2022 e hoje simplesmente o Rei do futebol Pelé o maior atleta de todos os tempos”. Contudo, na sequência, discorre o teor político da mensagem.

Quem a Globo procura pra ler notinha de pesar? o ex presidiário, que nem tomou

<sup>30</sup>

Disponível

em:

[https://x.com/search?q=%28from%3Ajornalnacional%29+until%3A2022-12-30+since%3A2022-12-29&src=typed\\_query&f=live](https://x.com/search?q=%28from%3Ajornalnacional%29+until%3A2022-12-30+since%3A2022-12-29&src=typed_query&f=live), [https://www.facebook.com/JornalNacional/?locale=pt\\_BR](https://www.facebook.com/JornalNacional/?locale=pt_BR), <https://fb.watch/w7rC54A1Kv/>, <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid0QzUcM9JMwh3VkqhHUbKdgcE1zM5uiFWT1fRYThGBV4XERoYHbCyMkLVP6xkc7iWLI>, <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid02uEdLwwRc4JF2Qd4iGYUiYUFEWHWtz7kBhkk2jt88qBZD5qAfoPXZKjuY6LLfjEEI>, <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid02PDV0togj4RMdUnp7xoMuGca3OoM4rssRdi3Nyd53EcnARReX5LMFiHBYXzuRwJYDI>, <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid0gqonoCfAxbJ7eLfyLZkPZSTW61s18jz7PN35oj9nEABfKRVz1DhUopnmuF3EKekGI>, [https://fb.watch/w7rD\\_ruwO6/](https://fb.watch/w7rD_ruwO6/), <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid035uXBJTWR8MRpktnFmnX66A6aGoZYrDR3qjeRqGnNcr5cbIvxgaQMtk6SgUpkUHKDI>, <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid0Mdd5tmqL22LstVccy2z8pfzKCr8AS4r7coJ6NfL8ZVf4DP3syRzfoDLw4sJX8WiUI>, <https://www.facebook.com/reel/5785766198187122>. Acesso em 18 nov. 2024.

posse do cargo, o Bolsonaro sempre foi desrespeitado antes e durante e será após também por tudo o que ele representa, a ordem e a disciplina militar, Deus, pátria e família”. Renato Garcia, também na rede de Meta, seguiu o mesmo método: “Vai em paz Pelé mas a #Globalixooooo<sup>31</sup>”

Ainda no campo das “Críticas”, houve também quem questionasse o caráter de Pelé, especialmente pelo episódio público da briga judicial entre o Rei e a sua filha Sandra Regina pelo reconhecimento de paternidade. Como supracitado, tal tema não foi recuperado pelo *Jornal Nacional*, diferentemente de Debora Tarantini, que comentou o seguinte no Facebook: “Agora o que vai aparecer de gente falando que ele era bom, santificando ele. Ser desprezível, sentiu um pouco em vida o que fez pela filha”<sup>32</sup>. Tatiana Gomes, outra internauta, seguiu a mesma linha de pensamento, ampliando sua crítica ao manifestar um desejo macabro em relação a Edson Arantes do Nascimento: “Quem é esse Pelé o que rejeitou a filha que queime nas ...”<sup>33</sup>.

Em contrapartida, houve quem elogiasse Pelé, muito pautado por toda a sua simbologia enquanto atleta. Carlos Souza, em resposta a uma postagem no Facebook do telejornal, rasgou elogios com ênfase, representada popularmente nas redes sociais por palavras escritas completamente com letras maiúsculas: “PELÉ, Você sempre será uma lenda VIVA da história do futebol mundial. Descanse em paz”<sup>34</sup>. Dilene Roberto Merece foi outra internauta a concordar com os aspectos positivos do ídolo: “todas as homenagens, era o único Rei. Um dos melhores jogadores, uma lenda do futebol”<sup>35</sup>.

No X, foi possível encontrar respostas, em prol do *Jornal Nacional*, opondo-se à maioria dos comentários, identificados nesta análise. Em uma postagem com uma foto dos apresentadores na bancada, afirmando que o *Jornal Nacional* iria começar, Cleyton Bastos se posicionou contrariamente aos ataques direcionados à dupla de locutores: “Meus favoritos falem que quiser, são elegantes um [sic] lordes amo e amo, Renata ♥ amor para sem [sic] em seu lar, viu com todo respeito a sua família amo vc ...”<sup>36</sup>.

Em adição a estes comentários, há também a gama de opiniões categorizada como “Outros”, transcendendo elogios e críticas diretas ao Rei, aos políticos ou ao *Jornal Nacional*. Entre os comentários identificados, destacam-se confidências de medo da vinheta do Plantão

<sup>31</sup> Disponível em: <https://fb.watch/w7rC54AIKv/>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>32</sup> Disponível em: <https://fb.watch/w7rC54AIKv/>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>33</sup> Disponível em: <https://fb.watch/w7rC54AIKv/>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>34</sup>

Disponível em: <https://www.facebook.com/JornalNacional/posts/pfbid0OzUcM9JMwh3VvkqhHUbKdgcE1zM5uiFWT1fRYThGBV4XERoYHbCyMkLVP6xkc7iWLI>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>35</sup> Disponível em: <https://fb.watch/w7rC54AIKv/>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>36</sup> Disponível em: <https://x.com/CleytonBastos4/status/1609183085756653571>. Acesso em 18 nov. 2024.

da Globo, respostas de “boa noite” aos âncoras, entre outras respostas sem grandes significações para esta análise.

Destarte, assim como destacado no estudo de Becker (2020), evidenciam-se novos obstáculos enfrentados pelo *Jornal Nacional* na contemporaneidade, diante de uma parcela significativa da sociedade brasileira, cuja ideologia é, evidentemente, mais ligada à direita política e com a qual o telejornal não goza de prestígio majoritário. A autora recorda que, nesses contextos, é um costume “a imprensa [...] atuar de maneira mais progressista” (Becker, 2020, p. 221) e se aproximar, “em alguns momentos, de reivindicações de movimentos sociais” (Becker, 2020, p. 221). Ademais, percebe-se também uma parcela significativa de internautas levantando pautas ignoradas pela edição do programa, como a polêmica envolvendo Edson Arantes do Nascimento e sua filha Sandra Regina.

Apesar destes empecilhos, Becker (2020) acerta ao classificar o principal telejornal brasileiro como um “mediador da vida social”, com enfoque na defesa dos direitos humanos, buscando legitimidade a partir de sua audiência. Por outro lado, é impossível ignorar um expressivo número de ataques e críticas oriundos da polarização da política nacional, mas, por enquanto, sem ameaçar de maneira significativa a hegemonia do *Jornal Nacional* no cenário jornalístico, afinal os índices de audiência e valores de patrocínios elevadíssimos corroboram positivamente para esta narrativa.

#### 4. *O Globo* e a partida final

Feita a exposição e análise da cobertura telejornalística no apito final, selando a Grande Morte de Pelé, faz-se mister um estudo para outra etapa importante nesse processo de despedida dos olímpicos: o velório. Em casos dos abertos ao público, esse momento de despedida do falecido torna-se praticamente um grande evento midiático, com direito à transmissão e à presença de jornalistas para repercussão da última grande partida de Pelé.

Em prol de elaborar uma análise da cobertura do velório, esta monografia propõe-se a estudar as edições dos dias 3 e 4 de janeiro do jornal carioca *O Globo*, escolhido por diversos fatores. O primeiro é a diversificação da pesquisa, contemplando não somente o jornalismo televisivo, mas também o escrito, um campo tão importante para a história e a atualidade da prática jornalística.

Ademais, essa decisão, assim como o *Jornal Nacional*, carrega significados para além dos números, embora estes também tenham considerável influência no momento da escolha. Afinal, o periódico é o segundo de maior circulação digital do Brasil, segundo dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC), divulgados em janeiro de 2024<sup>37</sup>. Atrás somente do jornal *Folha de S. Paulo*, sediado na capital paulista, o jornal carioca influi principalmente sobre a população do Rio de Janeiro, mas com alcance nacional.

Por fim, como supracitado, há ainda uma razão simbólica também pela escolha. A análise anterior destacou a coincidência de um dos idealizadores do *Jornal Nacional* ser Armando Nogueira, referido diversas vezes ao longo deste. De maneira análoga, *O Globo* contou com a ilustre participação do cronista Nelson Rodrigues e do próprio Armando Nogueira em seu quadro de funcionários, em especial com os seus textos em reverência ao Rei do Futebol.

Antes da apresentação do método, para fins de igualdade com a análise anterior, torna-se relevante uma recuperação histórica e contextual de *O Globo*. O jornal foi fundado em 1925 pelo jornalista Irineu Marinho, pai de Roberto Marinho. O veículo impresso marcou o início da formação do Grupo Globo, o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil e, segundo ranking de 2015, da América Latina, e também o 17º maior do mundo<sup>38</sup>. Além do objeto deste estudo, a companhia, através da empresa Infoglobo, é responsável ainda

---

<sup>37</sup>

Disponível

em:

<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/08/ivc-muda-calculo-para-assinaturas-folha-e-lider-em-circulacao.shtml#:~:text=A%20lideran%C3%A7%C3%A3o%20mais%20uma%20vez.alto%20ante%20os%20concorrentes%20diretos>. Acesso em: 18 nov. 2024.

<sup>38</sup> Disponível em: <https://globoir.globo.com/show.aspx?idCanal=6eHIg0de1hJFayUURsu5/A==&linguagem=pt>. Acesso em: 18 nov. 2024.

por outros três periódicos: *Extra*, *Valor Econômico* e *Expresso da Informação* (este encerrado em 15/11/2022), criados posteriormente ao carro chefe da empresa, em prol da maior diversificação do seu portfólio. Mas, ao referir-se a *O Globo*, o Infoglobo o categoriza como o preferido de uma certa categoria de leitores.

O jornal preferido dos formadores de opinião. Com colunistas renomados, o noticiário cobre os fatos mais importantes de maneira clara e objetiva. E para o estado (Rio de Janeiro) que mais gosta de ler jornal no Brasil, são 9 suplementos, 2 revistas e 8 jornais de bairro, que atendem a diversos públicos e a toda a família. (Infoglobo, 2024)<sup>39</sup>

A fim de entender quem são os “formadores de opinião” para o Infoglobo, torna-se necessária a recuperação dos dados da própria empresa, coletados em 2017, quanto a seus leitores. Conforme disponibilizado no site da companhia<sup>40</sup>, a maioria dos consumidores do jornal estão na classe C, ou seja, a classe média com 78% do público. As classes D e E, juntas, contam com 12% dos leitores, seguida das classes B e A com 8% e 2%, respectivamente. Ademais, a maioria contém também formação educacional até o ensino médio (51%), seguido do fundamental (35%) e somente 6% contam com graduação superior. Em termos de faixa etária, percebe-se uma equidade na divisão: a faixa etária dos 60+ representa 20% dos leitores. Em seguida, 19% dos leitores estão na faixa dos 30 a 39 anos, acompanhados de 18% entre 20 e 29 anos, 16% entre 40 e 49 anos, 15% entre 50 e 59 anos, e, por fim, 12% dos leitores têm entre 10 e 19 anos. Há de se destacar também um equilíbrio na divisão de gênero também: 52% dos leitores são homens e 48% mulheres. Destarte, a maioria dos leitores tem poder aquisitivo, além de uma escolaridade completa, fatores estes que corroboram o acesso não somente à informação, mas, sobretudo no mundo contemporâneo, à internet.

Dado essa realidade, somada ao fato do jornal seguir popular desde a sua fundação há 99 anos, não se torna um desafio imaginar o poder de renovação e adaptação nos modos de fazer jornalismo de *O Globo*, em prol da manutenção do seu protagonismo no mundo do impresso, só que agora no digital. Conforme demonstra uma pesquisa à Linha do Tempo do periódico na página “Memória O Globo”<sup>41</sup>, evidenciam-se diversas incorporações de novas tecnologias na história do veículo, dentre as quais se destacam as seguintes: em 1985, máquinas de escrever foram substituídas por terminais de computador e uma reforma gráfica

---

<sup>39</sup> Disponível em: <https://www.infoglobo.com.br/anuncio/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=91>. Acesso em: 18 nov. 2024.

<sup>40</sup> Disponível em: <https://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/>. Acesso em: 18 nov. 2024.

<sup>41</sup> Disponível em: <https://www.infoglobo.com.br/anuncio/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=91>. Acesso em: 18 nov. 2024.

foi instaurada, com inspiração no *The New York Times*; em 2012, o veículo passou por um novo redesenho; em 1996, foi lançado o *website* do jornal; a edição digital do jornal chegou aos leitores em 2006; e no ano seguinte, foi desenvolvido o *site* para celular; em 2009, foi o lançamento de *O Globo* para o Kindle; em 2010, foram desenvolvidos aplicativos do diário para *smartphones* e *tablets*; e, por fim, em 2013, as novidades foram os *e-books* do jornal.

Embora tenha em seu escopo a cobertura de acontecimentos nacionais e internacionais, o periódico se destaca pelo considerável enfoque no Grande Rio. Essa priorização reflete-se na divisão do jornal, organizada da seguinte forma: o Primeiro Caderno abrange as editorias de País, Opinião, Rio, Economia, Mundo, Ciência e Esportes. O Segundo Caderno, focado em cultura, apresenta notícias e análises sobre o mundo cultural.

Ademais, o jornal conta com diversos suplementos, como o Boa Chance, que trata de classificados e temas relacionados à carreira e ao mercado de trabalho; o Boa Viagem, voltado para o turismo; o Carro Etc, que aborda o automobilismo; o Ela, dedicado à moda e comportamento, com foco no público feminino; o Morar Bem, que trata do mercado imobiliário e da vida no lar; e o Rio Show, que apresenta a agenda cultural do Rio de Janeiro.

O periódico também possui jornais de bairro, cadernos regionais circulando em diferentes áreas do Grande Rio. Entre esses cadernos, destacam-se o Baixada, focado na Baixada Fluminense; o Barra, que cobre a região da Barra da Tijuca; o Centro, dedicado ao Centro do Rio de Janeiro; o Ilha, que cobre a Ilha do Governador; o Niterói, voltado para a cidade de Niterói; o Serra, que abrange a região serrana; o Tijuca, focado no bairro da Tijuca; o Zona Norte, que cobre essa região do Rio de Janeiro; o Zona Oeste, dedicado à região; e o Zona Sul, que foca nesta área do Rio de Janeiro.

Em face da ampla quantidade de editorias, notabiliza-se o esforço deliberado de *O Globo* em expandir sua base de leitores em âmbito nacional, diferentemente do *Extra*, outro produto do Infoglobo, com enfoque incentivado aos fluminenses. Diante de tantos periódicos, faz-se mister resgatar alguns valores importantes descritos nos Princípios Editoriais do Grupo Globo, estabelecidos em 2011. O primeiro a se destacar é que todos os veículos do Grupo Globo contêm, “em seus editoriais, uma opinião comum sobre os temas em voga” (Globo, 2011)<sup>42</sup>. Ou seja, “os textos podem e devem divergir no estilo, no enfoque, na ênfase nesse ou naquele argumento, mas a essência é a mesma”. Destarte, um dos objetivos da análise a ser feita nesta monografia é justamente verificar esse princípio em comparação com a cobertura de *O Globo* e do *Jornal Nacional*. Ademais, essa gama de cadernos contempla outro ponto

---

<sup>42</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>. Acesso em 18 nov. 2024.

importante dos princípios, o da diversidade.

Quanto mais diversa for uma redação — em termos de gostos, crenças, tendências políticas, cor, gênero, idade, orientação sexual, origens social e geográfica — mais isenta será a escolha dos assuntos a serem cobertos, discutidos e analisados, e mais abrangente a acolhida dos pontos de vista em torno deles. Essa diversidade não se alcança por meio de cotas, mas por uma postura inclusiva e uma busca consciente desses profissionais. Os jornalistas devem ser escolhidos entre aqueles que têm a democracia e a liberdade de expressão como valores absolutos e universais. (Globo, 2011)<sup>43</sup>

Outro importante aspecto, a ser discorrido ao longo da análise deste trabalho, é a garantia de que os veículos do grupo, supostamente, não contam com “assuntos tabus. Tudo aquilo que for de interesse público, tudo aquilo que for notícia, deve ser publicado, analisado, discutido”, afinal “a sociedade é adulta e tem o direito de ser informada” (Globo, 2011)<sup>44</sup>. Destarte, infere-se que todas as discussões que envolvem o fenômeno da morte, quando for de interesse comum, devem ser trazidos a conhecimento da esfera pública. Entretanto, os Princípios Editoriais, escrito pelos irmãos Marinho, estabelece uma notória fronteira nesse tabu: a publicação de imagens. Evidentemente, mais do que os textos, as imagens conseguem chocar ainda mais o seu receptor. Um exemplo para corroborar com essa máxima é a famosa foto “O abutre e a menina”, do jornalista sul-africano Kevin Carter e publicada no jornal *The New York Times*, em 1993<sup>45</sup>. Embora tenha recebido o prestigiado Prêmio Pulitzer de Fotografia por essa imagem, o fotógrafo lutou contra a depressão e, um ano depois, cometeu suicídio. Com essa faceta contextualizada, há de se compreender os porquês para a limitação de publicação de quaisquer imagens, conforme definido pelos Princípios Editoriais do Grupo Globo. Entretanto, o princípio decorrente deste tema evidencia um certo poder em mãos dos jornalistas do Grupo Globo na seleção das imagens dos jornais.

A sensibilidade do público será levada em conta. Cenas chocantes receberão o tratamento devido de acordo com as características do público-alvo. Quanto mais indistinto o público, mais cuidados são necessários. Nesses casos, o público deve ter sempre a confiança de que não será surpreendido por cenas que afrontem os valores médios presumidos da sociedade. [...] Em resumo, a decisão de publicar ou não cenas potencialmente chocantes e de como tratá-las deve sempre levar em conta a sua relevância para o entendimento da questão abordada. A melhor saída é submeter a decisão à opinião do maior número de jornalistas de uma redação. De um grupo, sempre emerge mais facilmente o bom senso. (Globo, 2011)<sup>46</sup>

<sup>43</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>44</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>45</sup> Disponível em: <https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/imagepages/2017/03/03/world/middleeast/05southsudan-carter.html>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>46</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>. Acesso em 18 nov. 2024.

#### 4.1. Análise de conteúdo

Posta essa necessária introdução, esta monografia propõe aplicar sobre o *corpus* formado pelas edições de 3 e 4 de janeiro de 2023 — os dias consequentes ao velório — do jornal *O Globo* a Análise de Conteúdo, com base nos conceitos cunhados pela francesa Laurence Bardin (1977) em sua obra homônima.

Ademais, optou-se pela versão impressa, ao invés do digital. Primeiramente, *O Globo*, disponibiliza o diário impresso digitalizado integralmente de diversas datas da sua história, desde a década de 1920, por meio de uma modalidade de assinatura, graças a qual essa monografia teve acesso aos periódicos analisados. As razões pelas quais o formato digital foi preterido em relação ao impresso incluem a possibilidade de realizar edições posteriores à publicação, impossibilitando a visualização do texto original. Além disso, percebe-se uma busca por uma seleção mais cuidadosa e refinada dos fatos noticiosos a serem repercutidos no jornal impresso, uma necessidade imposta pela dinâmica em tempo real do ambiente virtual.

A Análise de Conteúdo, na verdade, consolidou-se enquanto método em um contexto de Segunda Guerra Mundial, nos Estados Unidos da América. À época, os estadunidenses alocaram diversos recursos para pesquisa e desenvolvimento e, por conseguinte, esse método destacou-se para a compreensão e identificação de conteúdos considerados subversivos pelo governo, em especial de propaganda nazista. Contudo, periodicamente, essa análise foi absorvida e é amplamente utilizada nos estudos das Ciências Humanas, como Psicologia, Sociologia e Comunicação, como salientam os brasileiros Márcio Carlomagno e Leonardo Caetano da Rocha (2016).

É possível definir a Análise de Conteúdo, em sua essência, como “uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”, (Berelson; Lazarsfeld, 1948, *apud* Bardin, 1977, p. 24). Destarte, originalmente, a abordagem garantirá um enfoque somente na descrição do presente no material analisado em si, sem maiores aprofundamentos na sua significação. Todavia, ao longo do tempo, especialmente no campo da comunicação, a Análise de Conteúdo desenvolveu-se, considerando para além do que é explicitamente dito, ou seja, o que também está implícito ou sugerido no texto.

A Análise de Conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. [...] A intenção da Análise de Conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não). (Bardin, 1977, p. 38)

Em vista desse novo panorama, a Análise de Conteúdo contempla, portanto, a descrição e interpretação de mensagens e, conseqüentemente, corrobora para uma leitura além da comumente realizada por indivíduos não especializados. Para tanto, faz-se mister, durante a adoção do método, um afastamento do pesquisador em relação ao senso comum, de modo a buscar significações nas entrelinhas, no implícito do texto. Consoante a esse ponto, a filósofa Berta Ferreira (2000, p. 13) explica que, uma vez essa condição atendida, potencializa-se e se valoriza esse método para a exploração de significados transcendentais à interpretação simples da realidade. Por conseguinte, amplia-se também o escopo de materiais a serem analisados: “entrevistas ou depoimentos, ou escritos em jornais, livros, textos ou panfletos, como também imagens de filmes, desenhos, pinturas, cartazes, televisão e toda comunicação não verbal: gestos, posturas, comportamentos e outras expressões culturais”.

A Análise de Conteúdo pode ser aplicada a uma ampla variedade de fontes, incluindo entrevistas, depoimentos, e textos de diferentes naturezas, como jornais, livros e panfletos. Além disso, sua aplicação se estende a elementos visuais, como imagens de filmes, desenhos, pinturas e cartazes, bem como a toda forma de comunicação não verbal, incluindo gestos, posturas, comportamentos e outras expressões culturais.

Desenvolvido ao longo de diversas décadas, esse método ganhou destaque e consolidação com Bardin (1977). O primeiro passo da metodologia é, na verdade, a pré-análise. Essa etapa consiste na “organização propriamente dita” (Bardin, 1977, p. 95), visando operacionalizar e sistematizar as primeiras impressões do estudo. Para além da seleção de documentos, já supracitada como concluída, a “leitura flutuante” (Bardin, 1977, p. 60) do objeto de estudo é a primeira atividade para se permitir “invadir por impressões e orientações”, a partir das quais se corrobora a formulação das hipóteses e dos objetivos — a terceira atividade da primeira etapa (Bardin, 1977, p. 98). Feita essa tarefa, este trabalho responderá os seguintes questionamentos iniciais: quanto o caderno de Esportes deu enfoque ao velório da Grande Morte de Pelé? Dentre camadas passíveis de noticiabilidade no evento de dois dias, quais foram os mais escolhidos? Para a partida do Rei do Futebol, houve algo de especial na cobertura? E por fim, quais as similaridades entre o objeto estudado e os conceitos de Mouillaud (2002)?

Uma hipótese é uma afirmação provisória que nos propomos verificar (confirmar ou infirmar), recorrendo aos procedimentos de análise. Trata-se de uma suposição cuja origem é a intuição e que permanece em suspenso enquanto não for submetida à prova de dados seguros. O objetivo é a finalidade geral a que nos propomos (ou que é fornecida por uma instância exterior), o quadro teórico e/ou pragmático no qual os resultados obtidos serão utilizados. (Bardin, 1977, p. 98)

Ainda na primeira etapa, Bardin (1977) destaca a importância da preparação do material para a análise. Logo, ao total, foram analisadas duas edições completas de *O Globo*, dos dias 3 e 4 de janeiro de 2023, contemplando 65 páginas do diário, sendo duas capas do jornal, duas da editoria de Esporte e duas também do Segundo Caderno. Conforme já explicado anteriormente, essa decisão visou apreciar a cobertura jornalística completa do impresso no velório do Pelé em duas edições. Em prol de uma melhor visibilidade dos dados e do percurso do jornal, a análise de cada diário foi feita e será exposta separadamente. Portanto, finaliza-se a primeira etapa da Análise de Conteúdo.

Com a definição do passo inicial, começa-se o que Bardin (1977, p. 95) denomina de “exploração do material”, isto é, a fase das análises a partir das operações de codificação. A codificação, em si, refere-se ao processo de transformação dos dados brutos por meio de recortes, agregações e enumerações, permitindo a descrição precisa das características pertinentes do conteúdo. Destarte, é possível realizar, ainda nesta fase, as categorias temáticas. Ademais, para fins de um escopo mais abrangente, optou-se pela análise tanto quantitativa quanto qualitativa dos dados.

Consoante à análise quantitativa, houve como foco a demonstração, em editorias que citassem Pelé, do diagnóstico de quais temas obtiveram mais espaço em cada diário. Para tanto, em cada uma dessas editorias, houve a criação de categorização para todas as notas, colunas, matérias e reportagens do jornal, com base em um estudo para garantir a maior assertividade possível nessa classificação temática. Acerca dessa categorização, vale ressaltar o respeito à particularidade de cada edição, com a criação de tipificações para cada uma delas, sem relações de interdependência. Destarte, embora alguns temas possam se repetir entre as edições, outros surgiram em comparação entre as duas.

Essas categorizações foram contabilizadas como unidades de registro e, por isso, faz-se mister estabelecer a distinção entre o que é contado e a forma de contagem, conceito conhecido como regra de enumeração. À luz dessa necessidade, além de contabilizar o número de matérias sobre cada tema, foi necessário considerar a área em percentagem ocupada no periódico, visto que uma reportagem de uma página não contém o mesmo peso que uma nota breve. Assim, optou-se pela frequência ponderada, conforme explica Bardin.

[...] se supusermos que a aparição de determinado elemento tem maior importância do que a de um outro, podemos recorrer a um sistema de ponderação. Por exemplo, se considerarmos que a aparição de b e d possui uma importância dupla da de a, c e f, todos os elementos são afetados por coeficientes, no momento da codificação. Obtêm-se, por conseguinte, resultados diferentes daqueles que foram obtidos na medida de frequência não ponderada. A ponderação pode corresponder a uma decisão tomada a priori, mas pode também traduzir as modalidades de expressão ou

a intensidade de um elemento. (Bardin, 1977, p. 109)

Postos os dados quantitativos, foi escolhida a análise qualitativa, em prol de superar a natureza limitada dos primeiros. Com as informações quantitativas obtidas, houve a interpretação, com base nos conceitos levantados anteriormente na recuperação bibliográfica deste trabalho, de como *O Globo* abordou o velório de Pelé e quais significações são possíveis identificar. Destarte, possibilita-se compreender semelhanças e diferenças entre a teoria levantada pelos autores supracitados, em especial Maurice Mouillaud (2002), e a prática através da análise da maior morte da história do futebol brasileiro até o momento.

Evidentemente, pelo fato do objeto central desse estudo ser um jornal, a análise limita-se, de certa forma, às palavras, às imagens e às fotografias utilizadas, visto que os últimos elementos complementam a comunicação de uma mensagem. Todavia, vale ressaltar que o objetivo é destacar termos empregados e repetição de expressões específicas ao longo do diário, cujas enunciações podem ser explicadas por tais comportamentos textuais e visuais. Ademais, vale ressaltar que as matérias até podem, ocasionalmente, serem assinadas por determinados jornalistas. Entretanto, para fins de padronização, esta monografia não considerou os autores na análise, uma vez que houve a troca de repórteres e alguns textos não foram sequer assinados.

Feita a consolidação dos dados quantitativos e qualitativos, iniciou-se a terceira e última etapa da Análise de Conteúdo, a do tratamento dos resultados obtidos e interpretações. Por fim, esta fase envolve a formulação de inferências e o desenvolvimento de novas interpretações, sendo estas alinhadas aos objetivos iniciais da pesquisa, bem como a inclusão de descobertas inesperadas. Ademais, como explica Bardin (1977), os resultados obtidos e as interpretações podem ser úteis como um novo fundamento para futuras análises, amplificando as possibilidades de diferentes dimensões teóricas ou ainda a aplicação de técnicas distintas. Portanto, contribui-se para o aprofundamento do conhecimento na área estudada.

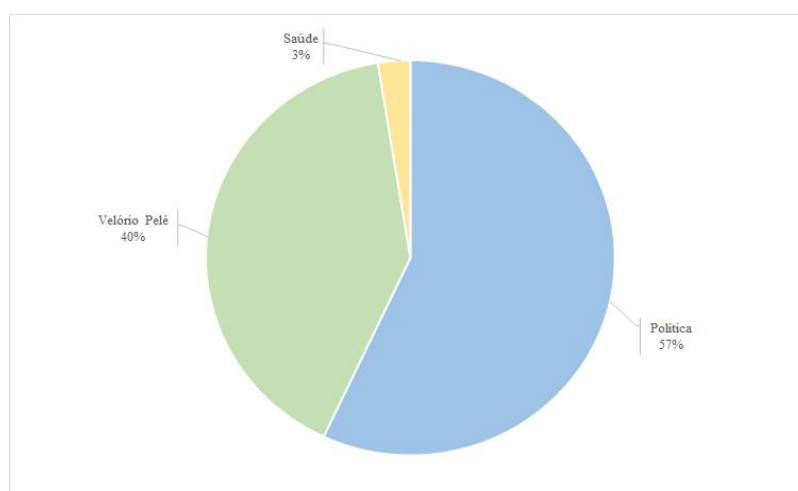
Em consonância com os conceitos de Bardin (1977), essa Análise de Conteúdo visou identificar, principalmente, a frequência ponderada dos temas abordados nas edições do dia 3 e 4 de janeiro do jornal *O Globo*, com o velório de Pelé como objeto temático, bem como a escolha dos fatos noticiados, os personagens mais citados, a linguagem utilizada, a perspectiva apresentada pelo jornal e a abordagem adotada. A partir desse estudo, torna-se viável, junto à análise do capítulo anterior, compreender a cobertura jornalística completa da Grande Morte do Rei do Futebol.

#### **4.2 *O Globo* e o primeiro tempo do velório de Pelé**

Conforme já mencionado ao longo desta monografia, o velório de Pelé ocorreu nos dias 2 e 3 de janeiro e teve uma duração de 24 horas, sendo totalmente aberto ao público para despedidas ao ídolo. Evidentemente, o jornal *O Globo*, com as pautas sobre o evento fúnebre, pode ser analisado somente a partir das edições posteriores às datas supracitadas, portanto as dos dias 3 e 4 serão analisadas separadamente, após a explicação da metodologia de Bardin (1999) a ser utilizada nessa análise.

Logo na primeira página do jornal, percebe-se a tônica adotada pela linha editorial de *O Globo* nesta edição. Evidentemente, em um contexto de terceiro dia de novo governo, o noticiário político obteve considerável espaço no jornal. Entretanto, não se colocou em detrimento o velório que ocorria simultaneamente no litoral paulista. A capa do jornal contou com três editorias principais: Política, com 12 manchetes; Esportes, com uma chamada, sobre justamente o velório; a mesma quantidade de Saúde. Entretanto, como já explicado anteriormente, essa contagem absoluta esconde a verdadeira dimensão da importância, esta medida pela proporcionalidade de ocupação de espaço, na primeira página, dos temas. Ao analisar separadamente o conteúdo ponderadamente, notabiliza-se um cenário bem diferente. Política, com uma dúzia de notícias, ainda ocupa mais espaço com 57% do corpo da capa. Contudo, a morte de Pelé passou a ter o equivalente a 40% da página inicial. Os 3% restantes foram ocupados por Saúde (Figura 5).

**Figura 5: Gráfico para identificar a distribuição espacial das manchetes (em %) na capa do jornal *O Globo*, edição do dia 3 de janeiro de 2023**



Fonte: Elaborado pelo autor

E ao estudar proporcionalmente, fica exacerbada a diferença: o Rei do Futebol teve

40% do espaço, enquanto cada nota de Política contou com somente 5%; e, por fim, Saúde seguiu com 3%. Ou seja, reforça-se, logo no início, a importância dada pela linha editorial à Grande Morte de Pelé, estando em consonância com Mouillaud. Afinal, a distribuição dos temas corrobora a narrativa de que “o Grande Morto na primeira página é pago em informações: todas aquelas que o jornal suprimiu para lhe ceder lugar. O Grande Morto constrange o jornal ao desperdício” (Mouillaud, 2002, p. 351). Outrossim, curiosamente, o título da manchete destacou a cobertura do velório do “Rei”, e somente ao longo do corpo do texto foi utilizado o apelido “Pelé”. Destarte, assim como feito no *Jornal Nacional*, percebe-se uma escolha por palavras de exaltação à figura do grande jogador de futebol da história do Brasil. E para além desse enaltecimento, essa edição optou pela reverência à figura de uma majestade atrelada ao ídolo. Também em concordância com o capítulo anterior, mas desta vez com Rondelli e Herschmann (2000), a capa do caderno de Esportes de *O Globo* expõe a foto do corpo de Pelé, exibido durante toda a cerimônia, bem como uma foto da viúva de Edson ao lado do caixão. Os autores brasileiros destacam essa preferência dos periódicos por “*closes e big-closes* de caixões, velórios, [...] cenas, choros” (Rondelli, Herschmann, 2000, p. 207) para a cobertura jornalística em momentos de mortes de celebridades. Outro aspecto importante dessa primeira página é justamente a primeira imagem, a do topo, a que o leitor primeiro tem visibilidade. Os editores escolheram uma foto aérea da arquibancada do Estádio Vila Belmiro, onde o velório fora realizado, com uma faixa escrita “VIVA O REI”, com uma coroa acima da letra “E” (Figura 6).

**Figura 6: Capa do caderno de esportes do jornal *O Globo*, edição do dia 3 de janeiro de 2023**



Para além dos elementos gráficos, o textual corrobora a narrativa adotada. “Emoção, homenagens e longo cortejo de súditos marcam último adeus ao Rei Pelé” foi o título escolhido para a manchete do caderno de Esportes, reforçando o caráter de exaltação à majestade atribuída ao melhor jogador da história deste esporte. Como se os sobre-humanos tivessem a oportunidade de saudar um olimpiano pela última vez, em sintonia com conceitos de Morin (1997) e Mouillaud (2002).

Ao repetir a análise ponderada no caderno de Esporte, identifica-se uma notória priorização da pauta “Pelé” em comparação às demais. Ao todo, o Rei gerou quatro matérias no jornal, sendo três exclusivas sobre o velório e o sepultamento, além de uma sobre a venda da bola utilizado da última partida do jogador com a camisa da Seleção Brasileira.

Para isso, das três páginas do caderno de Esportes, duas foram totalmente destinadas à “Grande Morte”. A última página teve também cerca de um terço ocupada por uma nota da cerimônia fúnebre de Santos. Tal decisão exemplifica, novamente, uma máxima de Mouillaud (2002), que em sua obra supracitada afirma que, ao longo do periódico, “o Grande Morto prolifera; o preenchimento até a borda”.

O restante das temáticas dividiu-se em duas categorias: Futebol Carioca, com quatro notas para cada clube grande da cidade do Rio de Janeiro; e Futebol Internacional. Esses dois ocuparam 8,5% e 4% da seção esportista do diário, respectivamente, enquanto Pelé ficou com cerca de 87,5%, conforme demonstra a Figura 7.

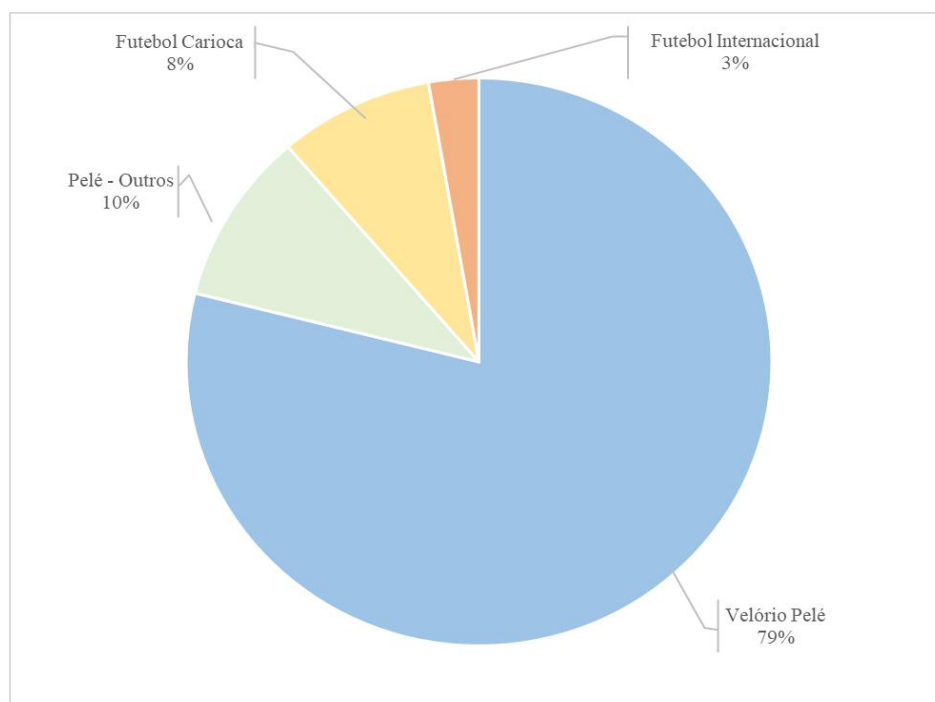
Ao se aprofundar nas notas sobre clubes cariocas, fica evidente como o velório de Pelé sobrepujou os outros temas, mesmo quando esses tratavam de questões importantes. Como a cerimônia fúnebre ocorreu em janeiro, o calendário do futebol estava paralisado, devido às férias dos jogadores, e, por conseguinte, o chamado “mercado da bola”<sup>48</sup> predomina nas páginas de jornais impressos e digitais. Afinal, as novidades nas transações e mudanças nos clubes costumam gerar um alto engajamento entre torcedores. Dentre as notas dos grandes clubes, três tratavam justamente dessas movimentações do mercado — a exceção era o Vasco, cuja nota era voltada a comentar o pagamento de salários atrasados ao ex-jogador do clube Maxi Lopez. Todavia, mesmo diante de matérias com alto valor-notícia, não houve a cessão de grande espaço devido a outro tema mais importante: a última partida de Pelé.

---

<sup>47</sup> Disponível em: <https://oglobo.globo.com/acervo/resultado/>. Acesso em 18 nov. 2024.

<sup>48</sup> O termo é uma expressão utilizada para se referir ao período ou ao conjunto de negociações, transferências e contratações de jogadores no âmbito do futebol, englobando especulações, rumores e anúncios oficiais sobre transferências de jogadores.

**Figura 7: Gráfico para identificar a distribuição espacial (em %) do caderno de esportes do jornal *O Globo*, edição do dia 3 de janeiro de 2023**



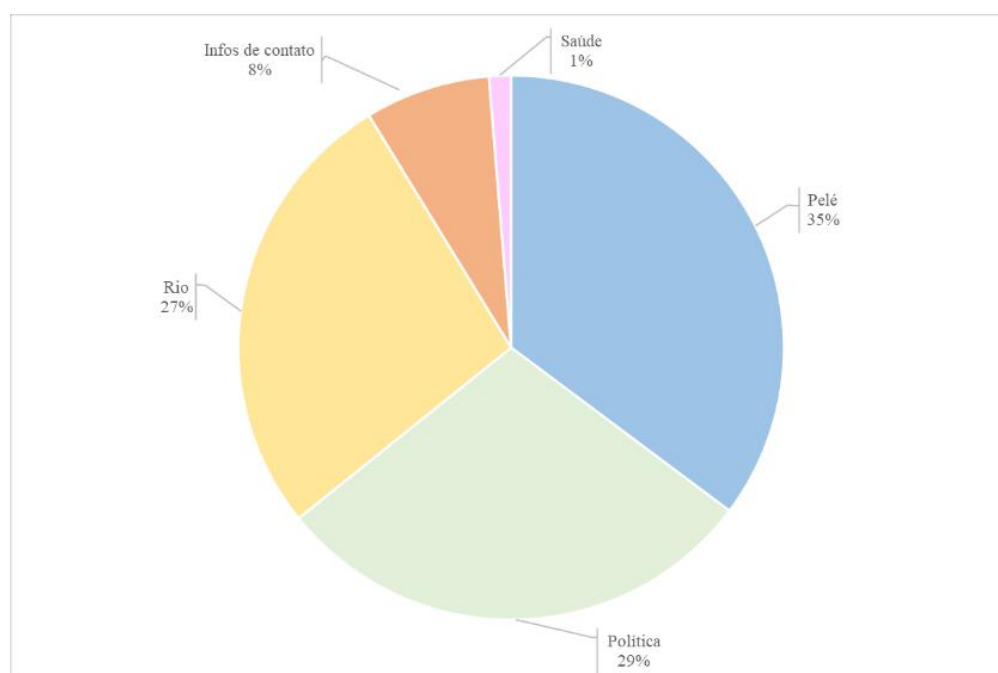
Fonte: Elaboração do autor

Por último, nesta primeira etapa da pesquisa, o objetivo principal foi analisar o quanto o Rei do Futebol, ocupou de espaço no periódico em questão, à luz de algumas especificidades importantes. Propõe-se a investigar, detalhadamente, a presença do ídolo futebolístico em diferentes editorias, contudo com certas ressalvas, em prol de uma análise mais precisa e justa. Para tanto, o escopo da pesquisa foi deliberadamente restrito às seções nas quais o tema “Pelé” foi abordado diretamente. Simultaneamente, não foi contabilizado o espaço dedicado ao ex-jogador nas matérias da seção de Esportes, uma vez que tal escolha poderia distorcer os resultados, inflacionando o volume de cobertura relacionada ao ex-jogador. Destarte, garante-se uma análise mais equilibrada da presença do Grande Morto nas demais áreas do periódico.

A partir dessas diretrizes e limitações, observa-se, mesmo diante de um cenário nacional turbulento, cuja política efervescia devido à transição para um novo governo, Pelé dominou uma parcela significativa da cobertura do jornal *O Globo*, no dia 3 de janeiro de 2023. A temática relacionada ao Rei do Futebol representou 35% do espaço total ocupado nas editorias analisadas, superando áreas de grande relevância nacional, como a seção de Política, que ficou com 29% do espaço. Logo atrás, a editoria Rio recebeu 27%, um reflexo da preocupação do periódico com os acontecimentos locais. A área de Saúde, embora

importante, ocupou uma fração muito menor, com apenas 1%. Ademais, considera-se, neste estudo também, espaços dedicados às “Informações de contato”, na editoria de “Opinião”, representando 8% do total de espaço do periódico (Figura 8).

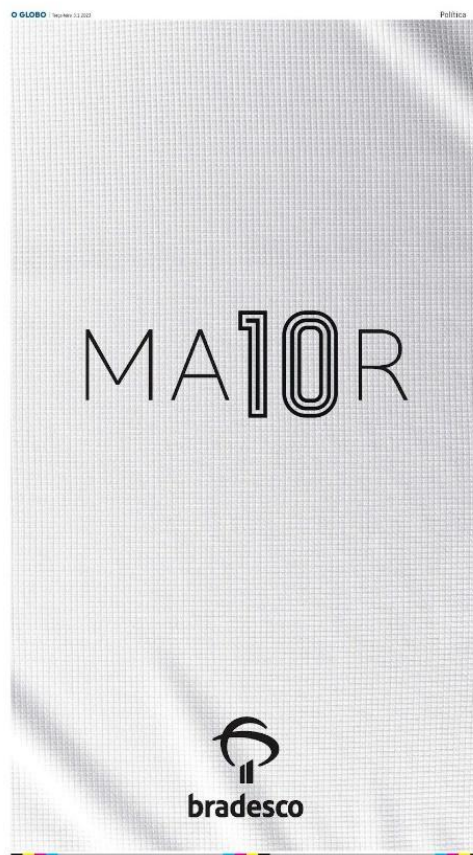
**Figura 8: Gráfico para identificar a distribuição espacial (em %) em todo o jornal *O Globo*, edição do dia 3 de janeiro de 2023, considerando somente as editorias com matérias sobre Pelé**



Fonte: Elaboração do autor

Além da visibilidade proporcionada no corpo do jornal, é importante destacar outra mensagem significativa realizada nesta edição do dia 3 de janeiro. O banco Bradesco, com direito a uma página de publicidade no diário, dedicou integralmente o seu espaço pago para prestar uma homenagem a Pelé (Figura 9). Em um layout personalizado, o fundo da página é composto por um padrão quadriculado branco, simulando uma camisa de futebol confeccionada com tecido de estilo clássico. A mensagem “MA10R” foi destacada, em alusão tanto à palavra “maior”, em uma referência ao reconhecimento da grandiosidade do atleta, quanto à icônica camisa número 10, eternizada pelo Rei do Futebol durante sua carreira e sua trajetória de vida. Tal gesto, evidentemente, simboliza o respeito e a admiração de uma instituição pelo legado de Pelé.

**Figura 9: Espaço destinado à propaganda do banco Bradesco com uma homenagem a Pelé no jornal *O Globo*, edição do dia 3 de janeiro de 2023**



Fonte: (*O Globo*, 2024, p. 5)<sup>49</sup>

Portanto, mesmo cinco dias após o falecimento, ainda havia comoção pública devido ao seu velório, a ponto de um patrocinador decidir abdicar do seu espaço pago de propaganda para homenagear o Rei do Futebol. Indubitavelmente, Pelé proliferou-se pelo jornal *O Globo*. Contudo, há algumas restrições claramente impostas de não o incluir em editorias sem quaisquer relação com sua atividade, como “Economia”. Entretanto, em caso de brechas, como em “Opinião”, houve não somente a inclusão, mas também o predomínio. Destarte, conforme destacado por Mouillaud, o Grande Morto, neste caso, fez-se presente em diversos gêneros.

[...] o Grande Morto [...] multiplica-se em “gêneros” de discurso e em variantes no interior de cada um dos gêneros. O máximo da repetição enfadonha ocorre quando homenagens que, montadas em série, o jornal reproduz; porque, se o Grande Morte é um assunto único, o jornal o fragmenta em múltiplos assuntos. (Mouillaud, 2002, p.351.)

<sup>49</sup> Disponível em: <https://oglobo.globo.com/acervo/resultado/>. Acesso em 18 nov. 2024.

No entanto, conforme constatado na análise do *Jornal Nacional*, *O Globo* também não trouxe nenhuma referência a quaisquer polêmicas de Pelé em vida. E conforme observado anteriormente, a opinião pública realiza questionamentos a Edson Arantes do Nascimento, mesmo no dia da sua morte, como o não reconhecimento da paternidade da filha Sandra Regina.

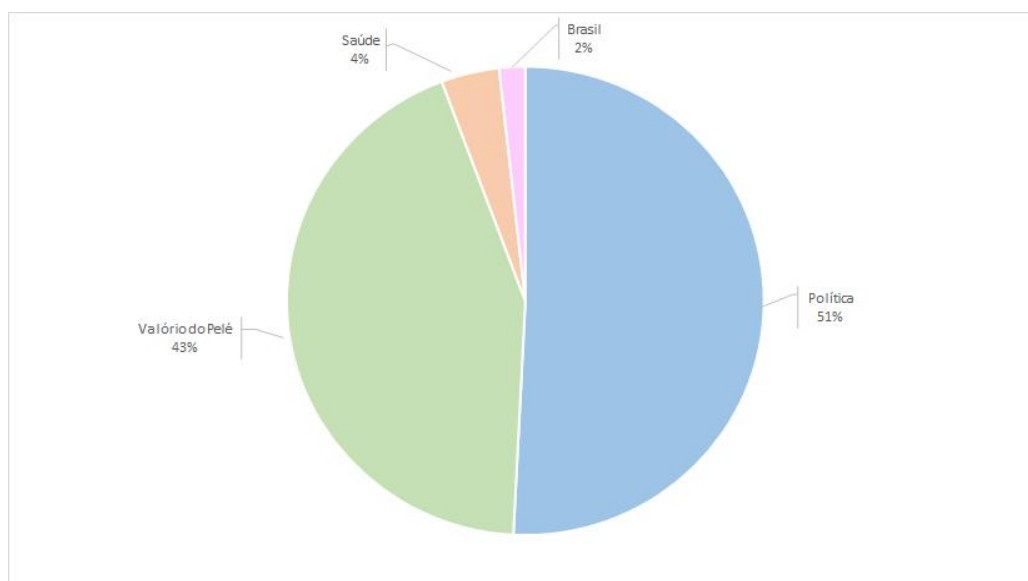
#### **4.2.1 *O Globo* e o segundo tempo do velório de Pelé**

Após a análise detalhada da cobertura jornalística durante o primeiro tempo do velório de Pelé, é pertinente investigar como a imprensa abordou o último momento de despedida ao Rei do Futebol na edição de *O Globo*, no dia 4 de janeiro. Afinal, para além das homenagens, o segundo ato da cerimônia fúnebre foi marcado por outra pauta de grande relevância e popularidade: a polêmica. Contudo, antes do aprofundamento de tais controvérsias, faz-se mister iniciar pelo começo da publicação, ou seja, a capa do jornal. Nesse contexto, cabe ressaltar que a metodologia para este diário segue a abordagem proposta por Bardin (1977), utilizada na edição do dia 3 de janeiro.

Assim como no dia anterior, o noticiário político recebeu o maior destaque na distribuição espacial da primeira página, uma escolha compreensível e justificável não apenas pelo caráter eminentemente político-informativo do jornal *O Globo*, mas também pelo fato da publicação ter ocorrido no quarto dia de governo de Luiz Inácio Lula da Silva. Entretanto, a abordagem da temática relacionada a Pelé seguiu uma linha editorial muito similar à adotada no dia anterior, ou seja, sem diminuir a importância e a área destinada à cobertura do falecimento do ícone esportivo.

A exaltação da figura de Pelé foi destacada majestosamente, utilizando-se do prefixo “Rei” na manchete: “Multidão se emociona no adeus ao Rei Pelé”. Em contraste com a capa do terceiro dia do ano, que contava com três temáticas principais, esta edição apresentou quatro tópicos centrais. A categoria “Política” manteve sua proeminência, com a inclusão de doze manchetes e mais da metade da capa do jornal ocupado por esse assunto. Em seguida, a despedida de Pelé se destacou como a segunda maior pauta da primeira página, com uma manchete dedicada e 43% do espaço. As editorias “Saúde” e “Brasil” completam o diário, com apenas 4% e 2% de ocupação, respectivamente, cada uma delas apresentando uma nota breve. Desse modo, a disposição dos temas na capa reflete não apenas a relevância política do momento, mas também a importância da Grande Morte de Pelé, indicada no gráfico da Figura 10.

**Figura 10: Gráfico para identificar a distribuição espacial (em %) das manchetes na capa do jornal *O Globo*, edição do dia 4 de janeiro de 2023**

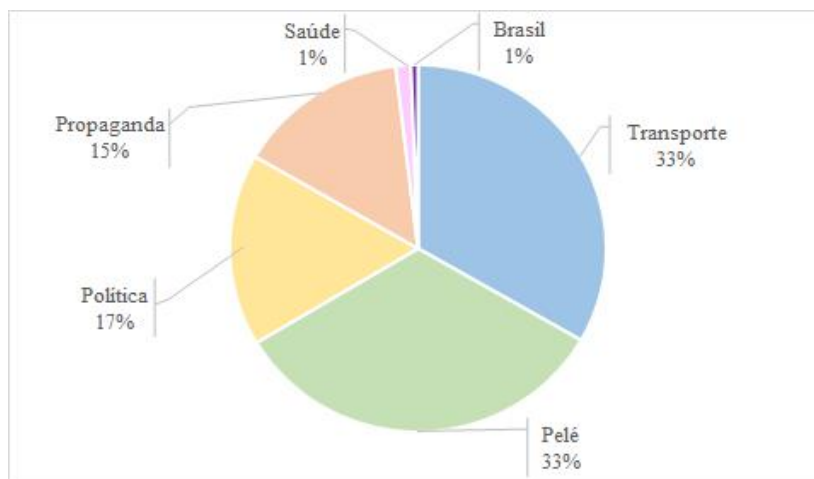


Fonte: Elaborado pelo autor

Entretanto, ao repetir o cálculo proporcional feito na análise anterior, percebe-se que a distribuição per capita notabiliza Pelé como o tema com mais destaque por matéria. Com uma nota cada, as editorias de Saúde e Brasil, bem como o velório do Rei do Futebol, seguiram com as mesmas porcentagens de ocupação por texto. Esse comportamento, porém, não se repete com “Política”, que despenca para 4% de espaço por matéria. Ou seja, pode-se adiantar que novamente a linha editorial do jornal indica a amplificação do tema Pelé nesse segundo dia de cobertura do seu velório.

Tal comportamento, inclusive, é perceptível em uma visão macro da edição analisada. Afinal, ao repetir a análise ponderada dos temas mais citados, dentre as editorias com a presença da temática “Pelé”, percebe-se que o falecido obteve mais espaço em *O Globo* ao lado do tópico “Transporte”. Nesta edição, em específico, o Rei figurou também na editoria “Rio”, após a Prefeitura da capital fluminense anunciar a mudança do nome de uma parte antiga da Avenida Radial Oeste, em específico do trecho circundante ao Estádio Jornalista Mário Filho, o Maracanã, para Avenida Rei Pelé. Na sequência dos temas com maior ocupação per capita, vem “Política”, com 17%; “Propaganda”, com 15%; “Saúde” e “Brasil”, com 1%” cada (Figura 11).

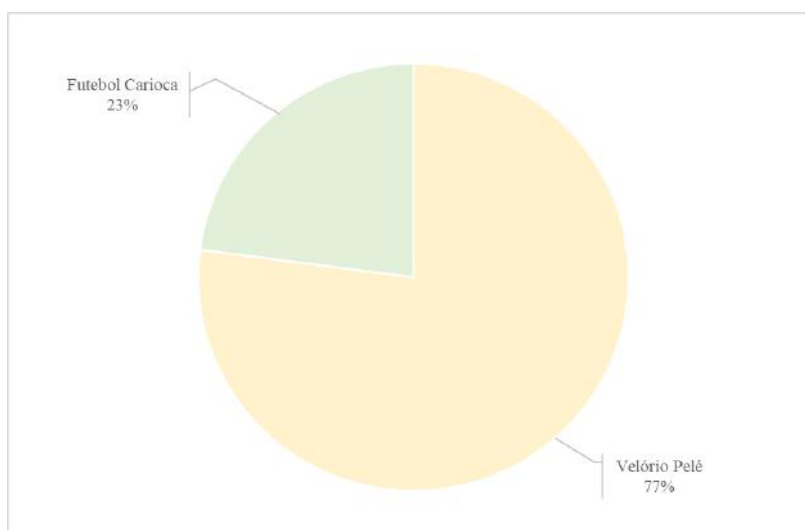
**Figura 11: Gráfico para identificar a distribuição espacial (em %) em todo o jornal *O Globo*, edição do dia 4 de janeiro de 2023, considerando somente as editorias com matérias sobre Pelé**



Fonte: Elaborado pelo autor

À luz desse contexto, o caderno de Esportes do jornal corrobora essa narrativa. Com somente duas páginas, ao invés de três como anteriormente, a seção seguiu priorizando o velório, mas há diferenças a serem abordadas. A primeira é a queda do número de páginas de três para duas. Por conseguinte, decaiu também a quantidade de categorias presentes dessa editoria, saindo de quatro (“Futebol Internacional”, “Futebol Carioca”, “Pelé — Outros” e “Velório do Pelé”) para somente dois (“Futebol Carioca” e “Velório do Pelé”) (Figura 12).

**Figura 12: Gráfico para identificar a distribuição espacial (em %) do caderno de esportes do jornal *O Globo*, edição do dia 4 de janeiro de 2023**



Fonte: Elaboração do autor

Como observado na Figura 11, houve um considerável aumento do espaço destinado ao futebol carioca, que agora figura com 23% do espaço do caderno contra os somente 9% de antes. Na Figura 13, constata-se essa diferença entre os espaços destinados aos clubes grandes nas duas edições analisadas do jornal, algo explicado pela exclusão de notas de futebol internacional, bem como pela ausência de pautas frias — naquele contexto, quaisquer sem ligação direta à morte — de Pelé. Em suma, se antes o futebol carioca ocupava menos de um terço da imagem, posteriormente obteve praticamente metade de uma página.

**Figura 13: Páginas interiores (em %) do caderno de Esportes do jornal *O Globo*, edição do dia 4 de janeiro de 2023**



Fonte: Jornal O Globo<sup>50</sup>

Conforme percebido no diário, outro fato noticioso explorado por *O Globo* foi a grande polêmica do velório: a ausência de ídolos do futebol nacional, em especial os campeões do pentacampeonato mundial. À época, muito se questionou a ausência desses jogadores por diversos fatores, como o fato de serem os últimos brasileiros, até a publicação deste trabalho, a conquistarem o mundo pela Seleção. Ademais, outro aspecto muito

<sup>50</sup> Disponível em: <https://oglobo.globo.com/acervo/resultado/>. Acesso em 18 nov. 2024.

recordado pela imprensa e pelos brasileiros foi a crítica de Kaká, feita três semanas antes da morte de Pelé, sobre a falta de idolatria dos brasileiros aos futebolistas. O ex-camisa 10 da Canarinho disse na ocasião que os “brasileiros, às vezes, não reconhecem seus talentos” e complementou que se os estrangeiros vissem “o Ronaldo Fenômeno andando por aqui, vão pensar 'uau', porque ele tem algo diferente. No Brasil, é só mais um gordo andando pela rua”<sup>51</sup>.

Outrossim, algumas respostas às críticas também não foram bem aceitas pelo público. Marcos, o goleiro titular da Seleção Brasileira na conquista da Copa do Mundo de 2002, justificou sua ausência no velório, afirmando que ninguém havia comparecido à cerimônia fúnebre dos pais do arqueiro. Por outro lado, somente dois campeões do mundo com a Amarelinha estiveram na Vila Belmiro para se despedir de Pelé. Fora Clodoaldo, do tricampeonato no México em 1970, e Mauro Silva, do tetra nos Estados Unidos da América em 1994. Ademais, compareceram também ao estádio ex-jogadores, jogadores e técnicos. A lista completa conta com 40 nomes: Zé Roberto, Elano, Paulo Roberto Falcão, Neto, Careca, Emerson “Sheik”, Marcelinho Carioca, Manoel Maria, Lima, Abel, Marcos Leonardo, Ângelo, Zanoce, Soteldo, Pirani, Maicon, João Paulo, Alex, Patati, Ivonei, Odair Hellmann, Léo, Serginho Chulapa, Ricardo Oliveira, Aranha, Macedo, Jamelli, Aguinaldo, Narciso, Índio, Geninho, Lalá, Afonsinho, Marcelo Passos, Madson, Germano, Marcelo Fernandes e Rodrigo.

Independentemente da presença ou ausência de figuras futebolistas, é curioso notar como Pelé inverteu o conceito de “morto interrogativo”, cunhado por Maurice Mouillaud (2002, p. 357). O francês (2002, p. 357) reflete sobre como o Grande Morto não tem “seu destino [...] selado em definitivo”, uma vez que ele passa a ser questionado e vasculhado pelos seus segredos, seus feitos em vida.

A informação da mídia dele faz um morto aberto, um morto interrogativo. A mídia se inclina sobre seu cadáver; ele não dá mais lições, mas é questionado; não mais fechado em cenas edificantes, mas aberto a todos os ventos, entra-se nele; é vasculhado, despido de seus segredos. (Mouillaud, 2002, p. 357)

Consoante ao observado acima, os questionados foram os vivos, ou seja, os jogadores que não compareceram ao velório, e não o cadáver, conforme dito por Mouillaud (2002). E evidentemente, como já supracitado ao longo desta monografia, o ser humano Edson Arantes do Nascimento continha suas polêmicas pessoais questionáveis — a mais conhecida, com a

---

51

Disponível

em:

<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/copa-do-mundo/2022/12/08/no-brasil-ronaldo-e-so-mais-um-gordo-anda-ndo-pela-rua-critica-kaka.htm>. Acesso em: 18 nov. 2024.

filha Sandra Regina. Entretanto, em nenhum momento da cobertura jornalística no *Jornal Nacional* no dia da morte ou de *O Globo* no velório houve menção a essas supostas falhas. De maneira análoga ao explicado por Helal (2003), houve uma clara separação entre o homem Edson e o herói Pelé.

Destarte, a partir da análise dessa monografia, conclui-se uma notória linha editorial preferida da imprensa, que opta por noticiar a morte de Pelé, o herói, o mito, exaltando os seus feitos e o vangloriando enquanto a majestade futebolística do povo brasileiro. O Edson Arantes do Nascimento faleceu evidentemente, mas a Grande Morte noticiada pela mídia analisada neste trabalho foi a do olimpiano Pelé.

Pelé é (imortal) mesmo. Mas o Edson vai morrer qualquer dia, sem dúvidas. Quando chegar a minha vez, não tenho o que estar preocupado. [...] Acho que temos que encarar a morte como uma coisa natural, acreditar em Deus. Porque quando Ele chamar, não importa onde você esteja, quem você é. (Arantes do Nascimento, 2017, *apud* Uol, 2017)<sup>52</sup>

---

52

Disponível

em:

<https://www.uol.com.br/esporte/reportagens-especiais/pele-morreu-pele-e-imortal-mesmo-mas-o-edson-vai-morrer-qualquer-dia/>. Acesso em 18 nov. 2024.

## 5. Considerações finais

A presente monografia teve como objetivo analisar a cobertura jornalística sobre a morte e o velório de Pelé, em prol da compreensão do tratamento midiático aos Grandes Mortos e o impacto dessas escolhas na construção de suas imagens para a sociedade presente e futura. Mediante uma pesquisa bibliográfica e análises de diferentes tipos de jornais, permitiu-se a constatação de como a imprensa confere um tratamento diferenciado a celebridades, elevando eventos pessoais e mais humanos possíveis, no caso a morte de um homem mortal, a um acontecimento de imensa comoção pública. A mídia, destarte, não se limita a noticiar, mas desempenha um papel ativo na construção e na perpetuação da imagem das figuras com destaque na opinião pública. Contudo, infere-se a potencialização deste impacto mais profundo no momento da morte desses olímpicos, sejam eles culturais ou até desportistas.

A cobertura jornalística da morte de Pelé corrobora e reafirma a prática comum da imprensa em não apenas informar, mas também moldar a percepção pública sobre celebridades de grande grau de conhecimento público. Por exemplo, a transformação de Edson Arantes do Nascimento, um brasileiro de origem humilde e preto do interior de Minas Gerais, em uma majestade do esporte mais popular do país e, por conseguinte, em um ícone global, um símbolo cultural transcendente ao futebol. Destarte, reflete-se o poder da mídia na formação de narrativas coletivas. Ademais, observa-se que a cobertura não se restringe à vida da celebridade, mas se estende para além dela, ou seja, para a morte, garantindo-lhe uma espécie de eternidade simbólica. Pelé, à luz dos conceitos supracitados, não foi apenas o melhor dos futebolistas brasileiros, mas um emblema cultural que ultrapassou as fronteiras geográficas e temáticas do esporte.

Ao longo das análises realizadas neste estudo, foram identificadas diversas estratégias presentes na cobertura midiática da morte de celebridades. A priorização de uma narrativa envolvente, o uso de elementos emocionais e a construção de rituais simbólicos emergem como nuances significativas na abordagem da morte de Pelé. Os aspectos mencionados não apenas se configuram como táticas voltadas para o incremento da audiência, mas revelam-se fundamentais para uma compreensão aprofundada da relação entre a mídia e o público, além de evidenciar o papel central da mídia na amplificação e perpetuação do legado das figuras públicas.

No caso específico do *Jornal Nacional*, por intermédio dos conceitos estabelecidos por Becker (2020), nota-se um enfoque da cobertura midiática em torno da memória, da exaltação

e da comoção coletiva, com reportagens sobre trajetória, feitos e proezas do Rei do Futebol, bem como depoimentos emocionados de fãs e personalidades do esporte. Ademais, a busca pela humanização do olimpiano, em prol de causar a identificação do Grande Morto com os meros mortais, é também perceptível na edição do dia 29 de dezembro de 2022. Outrossim, a *Análise Televisual Convergente* (Becker, 2020), em seu âmbito digital, ressaltou a expansão do *Jornal Nacional* para além da televisão, expandindo-se para plataformas *online* e redes sociais, atingindo um público ainda mais abrangente. Nesse contexto, conquanto, persiste a herança de tensões políticas em diversas postagens nas redes sociais, mesmo em situações desprovidas de qualquer conotação política, como a morte de Pelé.

Em *O Globo*, por sua vez, a abordagem se caracterizou por uma cobertura extensa ao dos dois dias de velório na Vila Belmiro, com destaque para o evento em múltiplas editorias, consentindo, portanto, à proliferação do Grande Morto em múltiplas editorias (Mouillaud, 2002). A narrativa do periódico, longe de se limitar às manchetes de destaque, apresentou uma abordagem multifacetada, contemplando desde questões desportivas, passando por tributos simbólicos — como a renomeação de uma avenida em homenagem a Pelé — até os questionamentos dos vivos, invertendo a lógica do cadáver questionado (Mouillaud, 2002). Evidentemente, tamanha diversidade temática do diário contribuiu para a amplificação do legado de Pelé, consolidando-o como um ícone de influência transcendente às fronteiras do esporte.

Todavia, há de se inferir que esta pesquisa sobre a cobertura midiática da morte de celebridades sobre-humanas está longe de ser conclusiva. Há diversas outras questões a serem exploradas, em prol da ampliação do entendimento desse campo de estudo. Dentro os fatores que merecem atenção em futuras investigações, é possível destacar três possibilidades de aprofundamento:

1. Análise comparativa de coberturas midiáticas de diferentes celebridades: Esse estudo trouxe como enfoque a morte de um olimpiano e, provavelmente, o maior da história do futebol. Ou seja, houve uma definição clara de um escopo analisado. Entretanto, a realização de uma análise comparativa entre diferentes coberturas de mortes de diversos famosos, de universos noticiosos, contextos culturais e sociais diferentes pode revelar significações e conclusões significativas para esse campo de estudo, corroborando a compreensão desta pauta. As variáveis culturais e regionais, indubitavelmente, provocam diferentes influências na maneira como outras Grandes Morte serão notícia e percebidas pelo público.
2. Impacto da cobertura midiática na opinião pública: Outra possibilidade de ampliação

deste estudo é a compreensão aprofundada na influência das narrativas da imprensa na formação de opiniões e as emoções coletivas. As estratégias da exposição midiática, com base na psicologia do luto coletivo, podem construir as reações emocionais da opinião pública e, evidentemente, esse tópico merece um aprofundamento considerável em investigações futuras em um cenário de Grandes Mortes na imprensa.

3. Transformação da figura da celebridade no *post mortem* ao longo do tempo: como supracitado ao longo desta monografia, o cadáver do Grande Morto passa a ser questionado pela imprensa. Destarte, a figura de uma celebridade não se estagna após sua morte; muito pelo contrário, ela pode passar por processos de ressignificação contínuos com o passar dos anos. Evidentemente, a maneira como a mídia, a sociedade e as novas gerações interpretam o legado de alguma celebridade altera-se com o tempo, à medida que diferentes contextos culturais, sociais e tecnológicos influenciam essa percepção. À luz desse cenário, torna-se relevante o estudo de como a imagem de figuras públicas é moldada e transformada ao longo dos anos, das décadas, dos séculos após sua morte, oferecendo uma perspectiva sobre a construção de um “olimpiano póstumo”. Nesse contexto, a mitificação de uma celebridade torna-se passível de expansão ou contração ao longo do tempo, com a ressignificação da sua memória, da sua obra, dos seus feitos e da sua imagem por novas gerações e mudanças culturais a serem implantadas no futuro. Evidentemente, a imprensa, as novas plataformas digitais e os movimentos sociais corroboram o impacto na revisão ou até mesmo a reintegração de certas figuras públicas e históricas ao imaginário coletivo, perpetuando ou aniquilando os seus legados de formas admiradas, inesperadas, duradouras.

Em suma, este trabalho visou oferecer uma análise detalhada sobre a atuação da imprensa em eventos fúnebres de grande repercussão, em especial a morte de Pelé, destacando como a imprensa contribui para a construção e a perpetuação do legado de figuras emblemáticas. Destarte, a pesquisa enfatiza a importância da análise crítica, com elementos qualitativos e quantitativos das narrativas e enunciações midiáticas, bem como o papel da imprensa na construção da cultura e da memória coletiva.

As reflexões aqui apresentadas reafirmam a importância da mídia na construção de narrativas e na formação de uma memória pública, aspectos fundamentais tanto para os estudiosos quanto para os profissionais da comunicação e da área de estudos sobre celebridades. Apesar das já citadas limitações desta pesquisa, há a expectativa de contribuir com investigações futuras, em prol da manutenção de análises críticas e contínuas sobre o

papel da mídia na vida da sociedade. A imprensa, como concluído, não apenas relata fatos, mas também consegue criar e perpetuar mitos, enquanto pessoas ou narrativas, atuando como um agente fundamental na construção da história e do legado da história. Ao encerrar este trabalho, reafirma-se a relevância do estudo realizado. A cobertura da morte de uma celebridade olímpiana rompe as fronteiras de uma simples notícia. Ela obtém a relevância de um evento que transcende diversos campos na sociedade, influenciando opiniões e emoções de uma coletividade.

Outrossim, a partir da análise desse fenômeno, abre-se uma gama de possibilidades para futuros pesquisadores aprofundarem-se na compreensão das relações intrínsecas entre a mídia, as celebridades, o público e a morte. A influência da mídia na percepção e na memória das celebridades é um campo de pesquisa vasta, abrangente e em constante evolução, devido ao ambiente convergente da imprensa. As investigações futuras podem, portanto, beneficiar-se de abordagens interdisciplinares, envolvendo, para além da comunicação, áreas como sociologia, psicologia e estudos culturais. Em última instância, o objetivo final dessa e de futuras pesquisas é, justamente, expandir o entendimento e o conhecimento sobre como a mídia molda a nossa visão do mundo e também das pessoas que nele se destacam.

## 6. Referências bibliográficas

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 1985.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: edições, v. 70, 1977.
- BECKER, Beatriz. **Jornal Nacional: Estratégias e desafios no seu cinquentenário**. Alceu, v. 20, n. 40, p. 206-225, 2020.
- BECKER, B. **Televisão e telejornalismo. Transições: São Paulo: Estação das Letras e Cores**, 2016.
- BECKER, Beatriz. Tendências e desafios da produção noticiosa audiovisual: Contribuições do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE)–PPGCOM-UFRJ. **Epistemologias do telejornalismo brasileiro. Florianópolis: Editora Insular**, v. 7, p. 145-172, 2018.
- BECKER, Beatriz. **Uma historiografia das narrativas jornalísticas audiovisuais: diálogos possíveis entre mídia e educação**. Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia, v. 2, n. 4, 2014.
- BERELSON, Bernard; LAZARFELD, Paul Felix. **The analysis of communication content**. Universitetets studentkontor, 1948.
- BOND, F. Fraser. **Introdução ao jornalismo**. Trad. Cícero Sandroni. Rio de Janeiro: AGIR, 1959.
- CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. Tradução de Adail Ubirajara Sobral. 1997.
- CAMPBELL, Joseph; MOYERS, Bill. **O poder do mito**. Palas Athena Editora, 2022.
- CARLOMAGNO, Márcio C.; ROCHA, LC da. Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: uma questão metodológica. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, v. 7, n. 1, p. 173-188, 2016.
- DE SOUZA BRANDÃO, Junito. **Mitologia grega Vol. III**. Editora Vozes, 2021.
- DORTIER, Jean-François. **Les people, pourquoi ça marche?**. Sciences humaines, v. 204, n. 5, 2009.
- FERREIRA, Berta Weil. **Análise de conteúdo**. Aletheia, p. 13-20, 2000.
- FRANÇA, Vera Regina Veiga et al. **O acontecimento Ronaldo: a imagem pública de uma celebridade no contexto social contemporâneo**. 2012.
- GALEANO, Eduardo. **Cerrado por futebol**. Siglo XXI editores, 2019.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Elogio da beleza atlética**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- HELAL, Ronaldo. **A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro**. Revista Alceu, v. 4, n. 7, p. 19-36, 2003.
- HELAL, Ronaldo. **A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria**. Mauad Editora Ltda, 2001.
- HELAL, Ronaldo. **Mídia, ídolos e heróis do futebol**. Revista Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física, v. 2, n. 03, 1999.

- HOMERO. **Iliada**. Tradução de Frederico Lourenço. 1. ed. Lisboa: Quetzal, 2009.
- MORIN, Edgar. **As estrelas de cinema**. Lisboa: Horizonte, 1980.
- MORIN, Edgar. **Os olímpianos**. In: MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: neurose*. 9a. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- MOUILLAUD, Maurice. **As grandes mortes na mídia**. In: O JORNAL: DA FORMA AO SENTIDO. Brasília: Paralelo, v. 15, p. 349-361, 2002.
- NOGUEIRA, Armando. **A ginga e o jogo**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2003.
- PEUCER, Tobias. **Os relatos jornalísticos**. *Comunicação e Sociedade*, v. 33, p. 199-214, 2000.
- RANCIÈRE, J. **O destino das imagens**. Rio de Janeiro: Contraponto Editora, Ltda., 2016.
- ROJEK, Chris. **Celebrity**. Reaktion books, 2004.
- RODRIGUES, Nelson. **À sombra das chuteiras imortais**. São Paulo: Cia. das Letras, 1993.
- RONDELLI, Elizabeth; HERSCHMANN, Micael. **A mídia e a construção do biográfico: o sensacionalismo da morte em cena**. *Tempo social*, v. 12, p. 201-218, 2000.
- RUBIO, Kátia. **O atleta e o mito do herói: o imaginário esportivo contemporâneo**. Casa do Psicólogo, 2001.
- SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. *Estudos em jornalismo e mídia*, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005.
- TRAQUINA, Nelson; CARVALHO, Paula; LEMOS, Janaína Pimenta. **O estudo do jornalismo no século XX**. 2001.
- TURNER, Graeme. **Understanding celebrity**. 2013.
- WHITE, David Manning. The “gate keeper”: A case study in the selection of news. **Journalism quarterly**, v. 27, n. 4, p. 383-390, 1950.