

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

**RONALDO: O CRAQUE-CELEBRIDADE**

**RODRIGO NUNES LOIS**

**DRE: 107386115**

RIO DE JANEIRO

2012

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

## **RONALDO: O CRAQUE-CELEBRIDADE**

Monografia submetida à Banca de Graduação como  
requisito para obtenção do diploma de  
Comunicação Social/ Jornalismo.

**RODRIGO NUNES LOIS**

**Orientador: Micael Herschmann**

RIO DE JANEIRO

2012

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Ronaldo: o craque-  
celebridade**, elaborada por Rodrigo Nunes Lois.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia 10/7/2012

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Micael Herschmann  
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação .- UFRJ  
Escola de Comunicação - UFRJ

Profa. Ilana Strozenberg  
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ  
Escola de Comunicação -. UFRJ

Prof. Fernando Ewerton  
Mestre em Comunicação pela Escola de Comunicação .- UFRJ  
Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2012

## FICHA CATALOGRÁFICA

LOIS, Rodrigo Nunes.

Ronaldo: o craque-celebridade. Rio de Janeiro, 2012.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –  
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação  
– ECO.

Orientador: Micael Herschmann

LOIS, Rodrigo Nunes. **Ronaldo: o craque-celebridade**. Orientadora: Micael Herschmann.  
Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

## RESUMO

O trabalho analisa o caso de Ronaldo Fenômeno, o primeiro craque-celebridade, e seus efeitos na cobertura jornalística esportiva. Tenta-se mostrar como estabeleceu uma ruptura no padrão até então vigente e ampliou a compreensão do futebol como espetáculo – em todos os sentidos. Para isso, o projeto procura ressaltar fatores específicos de sua carreira que proporcionaram isso, como as constantes narrativas míticas construídas em cima de alguns momentos, o uso recorrente do enunciado biográfico, a gestão da imagem através do marketing, e a relação do atleta com o que se considera “identidade do povo brasileiro”. Foram usados como suporte trechos de publicações nos diários “O Globo”, “Jornal do Brasil” e “LANCE!”, além de uma reflexão historiográfica sobre o futebol no campo acadêmico.

## **DEDICATÓRIA**

Dedico esta monografia à minha família e amigos. Independentemente de como ou quando, eles me deram a confiança para seguir meu próprio caminho e correr atrás de meus objetivos. Sempre me permitiram andar com as próprias pernas, mas sem deixar de estar logo atrás para me ajudar quando caísse. Ao mesmo tempo, liberdade e proteção. Agora, orgulho.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço em primeiro lugar à Escola de Comunicação, pelas suas aulas, seminários, chopadas, trotes e tantos outros momentos que, rotineiros ou esporádicos, foram igualmente marcantes. Na ECO aprendi muito mais que teorias ou técnicas. Aprendi a olhar o mundo a partir de diferentes pontos de vista. A procurar compreender a vida e o que me cerca nos detalhes e no plano geral. Agradeço também ao professor Micael Herschmann, que, apesar dos meus problemas para concluir esta monografia, sempre esteve disponível para me ajudar. Também não posso esquecer de mencionar a professora Raquel Paiva, pela paciência e bom humor nos encontros de Projeto Experimental II. Pode parecer algo banal, mas não foi. Por fim, agradeço ao futebol e seus torcedores, por serem simplesmente fascinantes.

## ÍNDICE

<b>1. Introdução .....</b>	<b>9</b>
<b>2. Criação do ídolo Ronaldo .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Os primeiros dribles .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 As provações do Fenômeno .....</b>	<b>18</b>
<b>2.3 A consolidação do herói .....</b>	<b>27</b>
<b>3. Futebol e identidade brasileira .....</b>	<b>36</b>
<b>3.1 O olhar acadêmico sobre o futebol .....</b>	<b>36</b>
<b>3.2 Futebol e comunicação .....</b>	<b>39</b>
<b>3.3 A espetacularização do esporte .....</b>	<b>40</b>
<b>4. Narrativas para a construção do mito .....</b>	<b>43</b>
<b>4.1 A humanização do herói .....</b>	<b>43</b>
<b>4.2 A ressurreição do ídolo .....</b>	<b>45</b>
<b>4.3 Em busca de nova superação .....</b>	<b>48</b>
<b>4.4 A consagração no Brasil .....</b>	<b>52</b>
<b>4.5 Epílogo do mito Fenômeno .....</b>	<b>54</b>
<b>5. Ronaldo: ídolo, celebridade e empresa .....</b>	<b>56</b>
<b>5.1 O papel de celebridade .....</b>	<b>56</b>
<b>5.2 O poder e a gestão da imagem “Fenômeno” .....</b>	<b>60</b>
<b>5.3 Novas empreitadas: 9ine e Comitê Organizador da Copa-2014 .....</b>	<b>63</b>
<b>6. Conclusões .....</b>	<b>65</b>
<b>7. Referências Bibliográficas .....</b>	<b>67</b>



## **1. Introdução**

O ciclo estava encerrado. Quando o árbitro argentino Sergio Pezzota encerrou o primeiro tempo, ele também acabara com uma das mais significantes jornadas do futebol mundial. Naquele seis de junho de 2011, Ronaldo Luís Nazário de Lima, o Ronaldo Fenômeno, deixava um gramado pela última vez como atleta. Ao sair de campo, ele foi ovacionado pela torcida presente no Pacaembu, todos lá para acompanhar a despedida de um dos maiores jogadores de todos os tempos. Para muitos, o maior após a Era Pelé. Com seu talento, títulos, recordes, história de superações e carisma, Ronaldo conseguiu criar o mito do “Fenômeno”, se tornou ídolo e referência do país, e soube como poucos explorar sua imagem. Foi o primeiro jogador de futebol com propaganda em escala global.

Este trabalho concentra-se, portanto, no estudo deste caso: investigou-se através de um espectro jornalístico, ancorado em elementos da Antropologia e da Publicidade, quais fatores e contextos permitiram a criação e o desenvolvimento de Ronaldo como ídolo nacional, o papel da mídia – em especial, da cobertura esportiva – para a construção do mito (e também da celebridade) e que elementos teóricos da comunicação puderam ser extraídos do objeto. Outra meta foi analisar o impacto cada vez mais acentuado do enunciado biográfico nesse segmento do jornalismo, notório pela produção incessante de novos candidatos a ídolos e pela transformação constante de sentidos e representações dos mesmos. Isso permitiu constatar a hipótese central do projeto, de que Ronaldo Fenômeno foi de fato o primeiro craque-celebridade, estabelecendo uma quebra de paradigma para a cobertura esportiva e também para a compreensão do campo do futebol como espetáculo.

A leitura precisou que o esporte em debate não fosse enxergado apenas como o “ópio do povo”, ou um instrumento de controle social. Essa é a ideia defendida por Muniz Sodré, em “O Monopólio da Fala”. Afinal, seria “um grande erro supor que a complexidade do futebol brasileiro possa cingir-se à conceituação de um “aparelho esportivo”, algo capaz de reproduzir o tempo todo, de modo reflexivo, a ideologia ou o sistema de relações do poder dominante” (SODRÉ, 1984, p.152). Essa transformação da literatura mais “apocalíptica” do futebol para uma que apresenta uma perspectiva mais histórica e antropológica, teve como pontapé inicial a obra “Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira”, de Roberto DaMatta. Segundo ele, o futebol é um drama da sociedade brasileira, que alterna elaboração intelectual e emoções: “É parte do meu entendimento que quando eu ganho certa compreensão sociológica do futebol praticado no Brasil, aumento simultaneamente minhas possibilidades de melhor interpretar a sociedade brasileira” (DAMATTA, 1982, p.21).

Com esse novo contexto, também vieram novos termos, conceitos e ideias, que por sua vez passaram a ser utilizados constantemente para a construção do que seria a identidade brasileira. "Ao invés de alienação e controle, as palavras-chaves passam a ser singularidade, identidade, emoção, criatividade, estilo, imaginação e outras da mesma matriz (...) O futebol passou a ser exaltado por popular, participativo e enquanto expressão autêntica da cultura ou ser nacional" (HELAL, 2001, p.4). Ao mesmo tempo em que o campo acadêmico se transformava, igual acontecia com o jornalismo esportivo. Considerar o seguinte trecho:

Fonte de conhecimento empírico e compreensão de processos", entende que a história e as sociologias dos esportes não podem se reduzir a dizer em linguagem sociológica... o dito pelos jornalistas naquela linguagem que é dirigida à emoção e a imaginação dos amantes dos esporte, atletas e torcedores. (HELAL, 2001, p.78)

Ronaldo pode ser visto como a primeira engrenagem de relevância desse mecanismo. Foi no contexto de seu surgimento que o futebol começou a ganhar os contornos de espetáculo que tem hoje. Seu sucesso dentro e fora dos gramados determinou a incorporação da modalidade e de seus protagonistas pelo "mundo da espetacularização". Consequentemente, pelo universo do consumo da imagem e de seus significados.

Com o tema devidamente contextualizado, partiu-se em busca dos resultados. E o principal deles foi analisar a relevância do caso do mito "Ronaldo Fenômeno" para este campo acadêmico. Trata-se do personagem-centro das atenções do noticiário esportivo nos últimos 20 anos e que revolucionou a maneira como o esporte se relaciona com a comunicação e o consumo. Para isso, primeiramente foram estabelecidos os pilares para a compreensão do futebol sob o espectro da Comunicação. Em seguida, verificou-se a maneira como é descrita a história do jogador pode ser enquadrada na tipificação de herói mítico, trabalhada por Joseph Campbell. Com o ídolo "Ronaldo" estabelecido, observamos o impacto dessas narrativas e do enunciado biográfico para a consolidação do mito. A obra também teve como objetivo analisar algumas das estratégias elaboradas por Ronaldo para garantir o fenômeno midiático. Esse entendimento nos permitiu comparar o caso com ícones posteriores no mesmo e em outros esportes, e averiguar como o caso modificou a maneira como consumo, comunicação e esporte se entrelaçam. Não somente sob o ponto de vista do marketing, mas também da própria compreensão do jogador como celebridade no mundo pós-moderno. Também foi analisado a contribuição do segmento do jornalismo esportivo para tal.

Diversos fatores influenciaram na escolha do tema em questão neste trabalho. O primeiro deles é a iminência cada vez maior de estudos entrelaçando o campo da comunicação com o esporte. Algo que será ainda mais potencializado com o deslocamento do Brasil para o centro das atenções esportivas nos próximos anos, por conta da Copa do Mundo

de 2014 e as Olimpíadas de 2016, no Rio de Janeiro. Outra justificativa é a contribuição que a pesquisa dará à área mais específica da comunicação ligada ao futebol. Além disso, o futebol é tema a ser considerado em qualquer estudo sobre jornalismo esportivo, já que se trata do “carro-chefe” da editoria. Vale também frisar que o trabalho é justificável por envolver alguns aspectos de outras áreas da ciência, como a Publicidade, a Antropologia e a Sociologia.

O estudo da criação e manutenção do mito do Fenômeno é válida por si só. Mas também é essencial para a compreensão dos conceitos de mito, ídolo e celebridade no mundo globalizado em que vivemos. Pensando isoladamente na Escola de Comunicação, a realização do trabalho foi interessante para a expansão do leque de estudos voltados para o jornalismo esportivo. Por fim, outro elemento que determinou a escolha do tema foi sua relação com as experiências profissional do autor, até aqui marcadas pelo jornalismo esportivo, e acadêmica, na qual os grandes interesses giraram em torno da questão da espetacularização do indivíduo, do enunciado biográfico e da construção dos mitos na mídia.

Para a realização deste estudo e o alcance de seus objetivos, foi necessário ampliar o leque acadêmico e buscar fundamentos e diferentes áreas. Para isso, um dos primeiros passos foi buscar referências no trabalho de Roberto DaMatta. A obra “Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira” (1982) e outros artigos posteriores. Através destes elementos, foi possível perceber que o mito do ídolo fenomenal tinha (e buscou ter) características que o identificavam com alguns dos traços mais significativos dessa “identidade”: alegria, humildade, malandragem etc. Já a obra de Ronaldo Helal permitiu um aprofundamento na interação entre mídia, idolatria e futebol, ao exibir detalhes de como a mesma funciona. Além disso, Helal contribuiu ao já ter feito análises prévias sobre o caso de Ronaldo, em 1998 e 2002, estabelecendo assim um caminho a ser observado e depois seguido.

Só que, para a compreensão destes, se mostrou necessário dar um passo para trás, em direção à obra de Joseph Campbell – mais precisamente, a célebre “O Herói de Mil Faces”. A ré não foi num sentido negativo, mas uma metáfora para mostrar a urgência de se, primeiramente, ter bem definidos os conceitos de herói, ídolo e mito. Segundo Campbell, o primeiro é o personagem do mito, agente dos feitos e figura de identificação e que representa a fragilidade do Homem. O segundo se refere a alguém de destaque que precisa estar provando a todo o momento sua qualidade. E o último é a maneira como o receptor “incorpora”, se identifica, com a imagem do ídolo.

Só que o mito do Fenômeno foi concebido na cultura contemporânea, marcada pela alta visibilidade, pelo consumo das narrativas biográficas e pela espetacularização dos indivíduos. Ronaldo é ídolo num tempo em que “as narrativas da memória e biográficas,

portanto, parecem oferecer bússolas, “âncoras temporais”, aos indivíduos num mundo cada vez mais veloz e fragmentário, no qual teme-se “perder” qualquer detalhe ou informação” (HERSCHMANN & PEREIRA, 2005, p.9). No caso específico de Ronaldo, essas narrativas tiveram ainda mais impacto, por se tratar de uma pessoa acompanhada de perto pela mídia esportiva, que tem como uma de suas principais características delinear figuras individuais com as quais o torcedor (espectador) se identifica, Some isso à carreira do jogador e à sua capacidade de se espetacularizar e gerir sua imagem, teremos diante de nós o primeiro “craque-celebridade”, da qual tanto foram consumidas suas representações e tragédias.

O primeiro passo da pesquisa foi a análise da biografia de Ronaldo, demarcando que passagens de sua história, desde os tempos de Bento Ribeiro, no Rio de Janeiro, até a aposentadoria, em 2011, influenciaram a criação do mito do Fenômeno. Antes do mergulho na teoria, também foi necessária a consulta em edições dos jornais “O Globo”, “Jornal do Brasil” e “LANCE!”, durante os períodos mais marcantes da carreira de Ronaldo, como as Copas do Mundo de 1998 e 2002, a fim de averiguar se a narrativa jornalística desses momentos foi construída com um viés mítico e biográfico. Assim checamos a influência dos mesmo para a consolidação do ídolo e desses tipos de enunciado para o jornalismo.

Simultaneamente, o projeto também contemplou a busca de conceitos da Comunicação e da Antropologia que poderiam ser aplicados no caso. Além de indicar elementos que aproximam a “identidade brasileira” com características da imagem passada pelo Fenômeno, essa pesquisa conseguiu mostrar a própria evolução do estudo acadêmico sobre o futebol e como este foi incorporado pelo processo de espetacularização. Outro elemento da metodologia foram entrevistas com pessoas próximas a Ronaldo – além dele próprio – que pudessem explicar a formação do mito. Com a colaboração do ex-técnico Zagallo, alguns colegas dos tempos de Seleção e o ex-assessor Rodrigo Paiva, além de jornalistas do LANCE! foi possível identificar o surgimento do craque-celebridade. Também foi importante levantar dados que indicassem o impacto da marca “Fenômeno” na cobertura esportiva e no marketing. Aí, foi importante a opinião de Amir Sommoggi.

No capítulo 2, os principais eventos da carreira de Ronaldo foram entrelaçados com conceitos trabalhados por Joseph Campbell, para que ficasse evidente o mito do Fenômeno e sua trajetória heroica. Já o capítulo 3 teve como objetivo situar o futebol dentro da Comunicação e do mundo espetacularizado. Enquanto isso, o capítulo 4 exhibe algumas narrativas de caráter mítico e de enunciado biográfico que foram fundamentais para a consolidação de Ronaldo como ídolo nacional. Por fim, a parte 5 comenta o impacto desse papel na sociedade, o poder de gestão de imagem do ex-atleta e sua situação atual.

## **2 - Criação do ídolo Ronaldo**

O seguinte capítulo apresentará uma rápida biografia de Ronaldo, desde os primeiros toques na bola até os dias atuais de empresário do marketing esportivo. A proposta foi intercalar os relatos dos principais momentos da carreira com comentários feitos pelo jornalista James Mosley em “Ronaldo: A jornada de um gênio”<sup>1</sup>, e de outras pessoas que conviveram com o Fenômeno nos tempos de atacante, como ex-treinadores, colegas de concentração, empresários, entre outros exemplos. Além disso, haverá também a utilização constante de pedaços da entrevista do próprio Ronaldo para o programa “Papo com Benja”, da TV LANCE, a qual foi possível acompanhar *in loco*, na sede da 9ine, em São Paulo.

Também foram incorporados a este capítulo diversos trechos da obra de Joseph Campbell, “Herói de Mil Faces”. O objetivo disto foi tentar evidenciar em alguns momentos marcantes da carreira de Ronaldo, como o trauma na Copa do Mundo de 1998, as lesões nos anos seguintes e a volta por cima, no Mundial de 2002, por exemplo, uma correspondência com a jornada do herói trabalhada por Campbell. O mito do Fenômeno apresentou aspectos que poderiam ser configurados como “A Partida”, “A Iniciação” e “O Retorno”, inclusive com semelhanças com detalhes dos mesmos. Após diversas provações, o atacante “ensinou” à sociedade o potencial da superação. Esta foi, talvez, a grande lição que o herói deste caso aprendeu e trouxe à vida renovada:

O herói morreu como homem moderno; mas, como homem eterno — aperfeiçoado, não específico e universal —, renasceu. Sua segunda e solene tarefa e façanha é, por conseguinte (como o declara Toynbee e como o indicam todas as mitologias da humanidade), retornar ao nosso meio, transfigurado, e ensinar a lição de vida renovada que aprendeu (CAMPBELL, 1992, p. 13)

### **2.1 - Os primeiros dribles**

Apesar de apresentarem diferentes elementos dependendo do contexto histórico, os mitos obedecem à mesma história. Segundo Campbell, eles têm “sido a viva inspiração de todos os demais produtos possíveis das atividades do corpo e da mente humanos” (CAMPBELL, 1992, p.5). Muito por conta de sua estrutura básica. Em “O Herói de Mil Faces”, o autor defende que os mitos são constituídos por três elementos: a Partida, que seria o início da aventura; a Iniciação, representada pelas provações as quais o herói é submetido e sua passagem pelo desconhecido; e o Retorno, o que pode ser também considerado como um

---

<sup>1</sup> “Ronaldo: a jornada de um gênio” (2006) foi uma das duas biografias de Ronaldo utilizadas para este trabalho. A outra foi “Ronaldo: Glória e drama no futebol globalizado”, de Jorge Caldeira (2002). Porém, por ser mais recente e a qual se teve mais tempo para trabalhar, a primeira foi a que teve as citações.

renascimento. Dentro desse padrão, eles são fundamentais para o funcionamento da sociedade: “Dentro do espírito e do organismo social deve haver — se pretendemos obter uma longa sobrevivência — uma contínua "recorrência de nascimento" (palingenesia) destinada a anular as recorrências ininterruptas da morte” (CAMPBELL, 1992, p.12).

Como veremos mais à frente neste trabalho, a carreira de Ronaldo Fenômeno corresponderá a essa linha de construção de mito. Ele teve sua própria Partida (aspiração à jornada, o menino talentoso que queria ser craque), Iniciação (disputa de três Copas do Mundo, diversas e complicadas lesões, polêmicas extracampo, entre outros exemplos de provas), e seu Retorno (o herói voltou para casa, ou melhor, se aposentou no Brasil, com o conhecimento adquirido ao longo da jornada).

Apesar de sua vasta riqueza, das bajulações de que foi alvo e de suas traumáticas experiências de contusão (...) Conheceu as profundezas abismais da dor, provocada por contusões que pareciam determinar o fim de sua excelente carreira no futebol, mas retornou para erguer a Copa do Mundo e ganhar a Chuteira de Ouro em 2002 - uma volta triunfante, que serve de exemplo para muitos (MOSLEY, 2006, p.12)

A jornada singular de Ronaldo Nazário de Lima tem início semelhante à de muitos outros jogadores de futebol brasileiros. Nascido em 18 de setembro de 1976, ele teve uma infância pobre, porém não miserável, no bairro de Bento Ribeiro, na Zona Norte do Rio de Janeiro. Uma curiosidade: antes de seu nascimento, sua mãe, Sônia, a Dona Sônia, visitou um “pai de santo” que lhe fez a seguinte profecia: seu terceiro filho (Ronaldo) seria um menino cujas habilidades fantásticas ajudariam a ela e a sua família a saírem das dificuldades em que viviam. Décadas depois, já com 34 anos de idade, o próprio Ronaldo reconheceu que tinha um dom (ou o herói e seus poderes), em entrevista ao programa “Papo com Benja”, da TV LANCE<sup>2</sup>: “Agradeço muito a Deus todos os dias por ele ter me dado esse dom maravilhoso de jogar futebol. Claro que me dediquei e me sacrifiquei muito por causa desse dom de jogar futebol, mas receber esse dom foi extremamente importante”<sup>3</sup>.

Essa visão do “pai de santo” era “O Chamado da Aventura”, segundo os moldes de Joseph Campbell: “O arauto ou agente que anuncia a aventura, por conseguinte, costuma ser sombrio, repugnante ou aterrorizador, considerado maléfico pelo mundo” (CAMPBELL, 1992, p. 32). Com isso em mente, ela sempre se esforçou no sentido de garantir o melhor futuro possível para o menino, ao trabalhar às vezes 12 horas por dia, enquanto que outros parentes tomavam conta do ainda pequeno Ronaldo.

<sup>2</sup> A entrevista com Ronaldo na sede da 9ine, em São Paulo, foi realizada na verdade no dia 2 de março, uma semana antes da publicação na internet (8/3/2011). Foi possível ao autor deste projeto acompanhar a gravação, além de conhecer em detalhes a empresa do ex-jogador, especializada em marketing esportivo.

<sup>3</sup> Disponível em <http://www.lancenet.com.br/multimedia/papo-com-benja/?vid=785b448b7582a4a2095b5e44b93e962e&tit=Papo%20com%20Benja%20entrevista%20Ronaldo>

Apesar do empenho de Sônia em inculcar no filho os benefícios de se frequentar a escola, Ronaldo tinha a cabeça voltada somente para o futebol. Não foram raros os episódios em que menino matou aula para brincar de bola com amigos nas praias cariocas, ora da Barra da Tijuca, ora de Copacabana. Ou no Valqueire Tênis Clube, próximo a sua casa. Foi ali que Fernando dos Santos Carvalho, o Fernando Gordo, observou que “aquele” garoto era diferente, e decidiu convidá-lo para treinar em seu time de futebol de salão, no clube Social Ramos. Seria esse o seu primeiro contato com o futebol de maneira mais formal, num local não familiar: “Esse primeiro estágio da jornada mitológica — que denominamos aqui “o chamado da aventura” — significa que o destino convocou o herói e transferiu-lhe o centro de gravidade do seio da sociedade para uma região desconhecida” (CAMPBELL, 1992, p. p.34).

Porém, Ronaldo teve seu chamado recusado num primeiro momento. Não por ele mesmo, mas por pessoas integrantes da comissão técnica das categorias de base do Flamengo que não enxergaram seu potencial no encontro com o Social Ramos e desistiram do investimento. Isso porque, na época, o menino de 13 anos não tinha condições financeiras de pagar o transporte necessário para ir de Bento Ribeiro, na Zona Oeste, até a Gávea, sede do clube, na Zona Sul. Ou seja, não tinha como arcar com os custos de deslocamento.

Após a sensacional passagem pelo Social Ramos, no qual fez 116 gols em apenas um ano, Ronaldo teve seu talento notado por Ary Ferreira de Sá, profissional ligado ao São Cristovão, clube da Zona Norte do Rio. Ary convidou o garoto para treinar no clube, o que foi aceito de prontidão. Afinal, Ronaldo estaria sob os cuidados de uma pessoa próxima ao seu antigo professor, Fernando Gordo, e jogando num local perto de casa. Além disso, receberia a ajuda que faltara em seus testes no Flamengo (ele chegou a pedir ao clube um empréstimo, mas não conseguiu). O novo momento com Fernando Gordo poderia ser configurado como o encontro do herói com seu mentor, segundo Campbell. Assim contextualizou João Luiz, ex-diretor executivo do São Cristovão, em entrevista à James Mosley.

Depois de algum tempo, porém, ficou evidente que ele era especial. Seu drible chamava a atenção, tão rápido ele era com a bola grudada no pé. Ele se tornou um grande sucesso aqui. O Ary lhe dava dinheiro para a passagem do ônibus, ou para um sanduíche. Ronaldo nunca tinha dinheiro. O clube o ajudava quando precisava (MOSLEY, 2006. p.27)

Os dizeres “Aqui nasceu o Fenômeno” ainda presentes nas arquibancadas do clube próximo à Linha Vermelha evidenciam o orgulho de seus sócios e funcionários em relação a Ronaldo e o peso de sua passagem por lá. Em três anos vestindo a camisa do São Cristovão, o jovem jogador marcou 44 gols em 73 jogos. Algo marcante na história de um clube que, fora

a conquista do Carioca de 1926, passou a maior parte de sua existência na obscuridade e lutando para fechar as contas do mês no azul.

O destaque de Ronaldo no início dos anos 1990 chamou a atenção de diversas pessoas, entre elas os empresários Alexandre Martins e Reinaldo Pitta. Após observar o atleta várias vezes e consultar o ex-jogador Jairzinho, o “Furacão da Copa de 1970”, eles decidiram comprar seu passe. O valor? Cerca de sete mil dólares, o que foi suficiente para o São Cristovão pagar quatro meses de contas de luz atrasadas. Ao assinar o contrato com eles, Ronaldo estaria dando início à era do jogador globalizado, do craque-empresa desde o berço. O documento cobria todas as questões que viriam no futuro a ser as principais fontes de renda do atacante: desde comissões de taxas de transferência até comissões por direito de imagem, merchandising e marketing. Esses pontos já eram trabalhados em contratos de jogadores profissionais daquele período histórico, mas não com um menino de apenas 15 anos de idade.

O herói de Bento Ribeiro naquele momento cruzava o Primeiro Portal de sua jornada, abandonando o mundo comum para entrar no mundo mágico. Na verdade, ele estava às portas do universo do futebol profissional, que, com seus diversos encantos, místicas e ilusões, pode ser compreendido como especial para os principiantes.

...O Herói segue em sua aventura até chegar ao “guardião do limiar”, na porta que leva à área de força ampliada (...) Além desses limites, estão as trevas, o desconhecido e o perigo, da mesma forma como, além do olhar parternal, há perigo para a criança e, além da proteção da sociedade, perigo para o membro da tribo. (CAMPBELL, 1992, p.44)

Ronaldo então deixa sua vizinhança e parte rumo a Belo Horizonte, para integrar o elenco de juniores de seu novo clube, o Cruzeiro. O sucesso nas categorias de base do time mineiro logo o levaria a ser notado pelo grupo profissional, pela imprensa local e também, por que não, pela população de BH. Mesmo estando há pouco tempo em outra cidade, ele não demorou a se adaptar e, com apenas 16 anos e oito meses, fazia sua primeira partida como jogador de futebol profissional, durante o Campeonato Brasileiro de 1993. A decisão do então técnico do Cruzeiro, o Pinheiro (que havia disputado a Copa do Mundo de 1954 como jogador e faleceu este ano), foi potencializada pela participação de Ronaldo pela Seleção Brasileira no Sul-Americano Sub-17. O menino dentuço e ainda magricelo foi o artilheiro da competição com oito gols, apesar do Brasil haver terminado em quarto lugar.

Os primeiros dias em Minas Gerais foram de provação para Ronaldo. Ele agora estava num ambiente de vestiário de uma equipe da Primeira Divisão nacional, lidando com jogadores já consagrados, disputas de ego, pressão por resultados etc. E era um menino que havia chegado ao Cruzeiro com uma grande reputação na bagagem, o que poderia despertar a



inveja alheia. Mas a sua personalidade, de pessoa mais tímida, somada a pouca escolaridade fizeram com que ele preferisse não falar muito, ficar quieto. O que para ele acabou se tornando extremamente benéfico. Por um lado, o garoto era apreciado pelos jornalistas, que o viam como alguém mais humilde e simpático, por outro os atletas mais experientes o adotaram como um filho. Era o poderoso carisma de Ronaldo, ainda embrionário, a mostrar seu potencial. Foi o que comentou Leonardo Ferreira, do departamento de marketing do Cruzeiro, a James Mosley: “Ele se adaptava diariamente, estava sempre sorrindo aquele sorriso que ficaria famoso e logo foi adotado pelos jogadores mais velhos” (MOSLEY, 2006, p.34).

A medida que os gols de Ronaldo iam se multiplicando em 1993, também foram as ofertas de clubes estrangeiros, como Porto, de Portugal, e Internazionale de Milão, da Itália. No Campeonato Brasileiro daquele ano, o ainda pequeno herói de 17 anos marcou 12 gols em 14 jogos, sendo o terceiro artilheiro da competição. Um dos episódios mais célebres daquela temporada foi a partida contra o Bahia, na qual Ronaldo balançou cinco vezes as redes do notório goleiro uruguaio Rodolfo Rodríguez. Aliás, o próprio, após o apito final, confidenciou à imprensa que havia testemunhado algo de especial naquela tarde no Mineirão. Aquela havia sido a primeira partida de Ronaldo televisionada e, conseqüentemente, os lances dos gols do Fenômeno foram exibidas em telejornais e programas de futebol diversas vezes. A exposição até a exaustão da imagem de Ronaldo dava seus primeiros passos, assim como ele. Ainda naquele ano, ele seria também artilheiro da Supercopa da Libertadores, com oito gols em quatro jogos – com apenas quatro meses de carreira profissional.

O ano passou, mas o momento de Ronaldo não. O atacante foi o artilheiro do Campeonato Mineiro, com 22 gols e convocado pelo pressionado técnico Carlos Alberto Parreira, da Seleção Brasileira principal, para a Copa do Mundo de 1994, nos Estados Unidos. Mas ele seria apenas um expectador naquele Mundial, no qual brilharam principalmente as estrelas de Romário e Bebeto, dois que viriam a ser parceiros de Ronaldo mais à frente em sua carreira. Aquela edição do torneio não foi relevante somente para o time brasileiro, que conquistava o troféu após um jejum de 24 anos, mas também para empresas multinacionais do meio esportivo, em especial a Nike, que buscava uma maneira – e um garoto-propaganda – para popularizar a modalidade nos Estados Unidos, entrar de sola no mercado do futebol e construir ao redor desse alguém seu plano de marketing. Esse alguém era Ronaldo<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> A parceria de Ronaldo com a Nike começou em 1994 e perdura até hoje, com um contrato que garante um rendimento milionário para o ex-atacante (não se sabe o valor exato anual que o ex-atleta recebe da fornecedora de material esportivo). No capítulo 5 o assunto será melhor abordado.

O menino de Bento Ribeiro retornou ao seu país com mais do que o título mundial. Ronaldo agora era enxergado com outros olhos. Mais curiosos, interessados (principalmente os dos grandes clubes europeus) e de maior cobrança. Tanto que pouco depois de seu retorno, teve o contrato revisado pelo Cruzeiro, passando a se tornar o jogador mais bem pago do clube. Ele voltou com mentalidade mais madura e maior compreensão de seu potencial, fosse ele futebolístico ou comercial: “Meu contrato com o Cruzeiro termina em julho, mas acho que não vou continuar depois por causa de interesses de fora. Vivo na realidade e sonho com o sucesso”, disse Ronaldo à época (MOSLEY, 2006, p.37). E, como não poderia deixar de ser, com maior fome de gols. O Fenômeno conquistou seu primeiro título como profissional por um clube ainda naquele ano, o Campeonato Mineiro, com 22 gols em 18 jogos.

Entre as muitas propostas na mesa, Ronaldo optou pela do PSV, da Holanda, de aproximadamente seis milhões de dólares. Um clube que não era considerado um dos titãs do Velho Continente, mas que na época tinha tudo o que o jovem de 17 anos precisaria: um ambiente favorável para o desenvolvimento de seu futebol, sem pressão e os olhares invasivos das imprensas espanhola, italiana ou inglesa, além de uma infraestrutura que não devia a ninguém no continente; as excelentes recomendações de seu ex-companheiro de Seleção, Romário, que havia passado por lá alguns anos antes e se destacou<sup>5</sup>; e as condições para que ele crescesse dentro do mercado europeu e se preparasse para um posterior trampolim para um clube de maiores proporções, ou seja, para uma transferência de valores muito maiores, o que era interessante para seus empresários Alexandre Martins e Reinaldo Pitta.

## **2.2 – As provações do Fenômeno**

Após duas temporadas de sucesso nos Países Baixos, Ronaldo seria contratado pelo Barcelona, da Espanha, por US\$ 20 milhões. Porém, antes de mergulharmos na temporada singular do atacante na Catalunha, devemos retornar um pouco no tempo, ao seu último ano no PSV, e comentar sua primeira – de muitas – lesões sérias na carreira, fundamental para a compreensão da relação entre seus problemas médicos enquanto atleta e para a construção do mito do Fenômeno. Dentro da concepção de jornada heroica de Joseph Campbell, essa passagem pode ser considerada como o ventre da baleia, algo que ele faria algumas vezes, de maneira mais crítica num futuro um pouco adiante. Na verdade, as constantes jornadas

---

<sup>5</sup> Romário de Souza Faria, o Romário, defendeu o PSV entre 1988 e 1993. Pelo clube holandês, ele disputou 163 partidas e marcou 165 vezes, garantindo assim uma média superior a um gol por jogo.

protagonizadas por Ronaldo ao longo de sua vida fizeram com que seu mito tomasse proporções que conseguiram. Assim explica Joseph Campbell, em “O Herói de Mil Faces”:

A ideia de que a passagem do limiar é uma passagem para uma esfera de renascimento é simbolizada na imagem mundial do útero, ou ventre da baleia. O herói, em lugar de conquistar ou aplacar a força do limiar, é jogado no desconhecido, dando a impressão que morreu (CAMPBELL, 1992, p.50)

Ainda em 1995, Ronaldo começou a conviver com uma série de pequenas lesões, que chegaram ao clímax depois do Natal. Durante um treino, ele se queixou de dores no joelho. O diagnóstico feito em seguida mostraria que o atacante sofria da doença Osgood-Schlatter. Trata-se basicamente de um inchaço abaixo do joelho e acima da tíbia, comum em adolescentes passando por um surto de crescimento. Sua principal causa é o exagero da força dos músculos quadríceps exercido sobre as ligações do tendão da rótula, sendo freqüente em jogadores de futebol e de basquete. O desenvolvimento da doença não foi um espanto. Afinal, Ronaldo havia crescido quatro centímetros e ganhou sete quilos devido aos fortes treinamentos realizados no PSV. Tudo isso, somado ao seu estilo de jogo de arrancadas intensas e constantes deslocamentos laterais, fez com que a cirurgia em fevereiro do ano seguinte se tornasse iminente. Apesar das recomendações de uma recuperação mais lenta e de ter enfrentado uma raspagem da cartilagem do joelho direito, Ronaldo estaria de volta aos campos poucos meses depois, graças ao trabalho de fisioterapia realizado com Nilton Petrone, o Filé, personagem que reaparecerá na história do jogador mais à frente – e como. Afinal, o fisioterapeuta e suas sessões se tornariam parte integrante da personalidade do Fenômeno: “Vira e mexe encontro pessoas que não são ligadas ao futebol e perguntam como agüentei tantos anos com fisioterapia. É um tratamento chato, mecânico, mas muito necessário”<sup>6</sup>

Ronaldo havia sobrevivido às dores nos joelhos e à primeira fase no exterior, mas não à condição de reservas imposta pelo técnico Dick Advocaat. Após a oferta milionária do clube espanhol e a disputa das Olimpíadas de 1996, em Atlanta, onde conquistou a medalha de bronze, o jogador estava de malas prontas para Barcelona. A grave lesão colocou o futuro do atleta por certo tempo no desconhecido, mas ele retornou. O menino prodígio havia morrido, para o nascimento do “superastro adulto do futebol mundial” (MOSLEY, 2006, p.51).

Dava-se então na capital catalã início ao longo caminho de provas que Ronaldo atravessaria em sua carreira. “Tendo cruzado o limiar, o herói caminha por uma paisagem onírica povoada por forma curiosamente fluidas e ambíguas, na qual deve sobreviver a uma sucessão de provas. Essa é a fase favorita do mito-aventura” (CAMPBELL, 1992, p.57). E o

<sup>6</sup> “Papo com Benja”, TV LANCE! (8/3/2011). Disponível em <http://www.lancenet.com.br/multimedia/papo-com-benja/?vid=785b448b7582a4a2095b5e44b93e962e&tit=Papo%20com%20Benja%20entrevista%20Ronaldo>

começo foi estrondoso: apesar de os holofotes do futebol estarem voltados para ele, novo – e caro – reforço de um dos maiores clubes do mundo, Ronaldo não sentiu a pressão e fez uma (e única) temporada brilhante pelo Barcelona, marcando 48 gols em 49 jogos. Muitos deles emblemáticos, históricos. Não à toa o atacante foi eleito o melhor jogador do mundo em 1996, com apenas 21 anos, e ganhou o apelido de “El Fenómeno”, que o seguiria pelo resto da vida. “...chegamos à conclusão de que a habilidade de Ronaldo, acima de tudo, somada a um temperamento sóbrio, foi o segredo de seu começo brilhante” (MOSLEY, 2006, p.55).

Pelo clubes espanhol, Ronaldo conquistaria a Copa do Rei e a Recopa Europeia daquele ano. Não só isso, mas também a torcida do Barça e, inevitavelmente, os olhos e ouvidos da imprensa. Algo que foi elevado a enésima potência após o fantástico gol marcado na goleada sobre o Compostela, da cidade de Santiago, talvez o mais bonito de sua carreira. Em uma arranca de cerca de 46 metros, Ronaldo levou 14 segundos e 16 toques na bola para chegar até o gol adversário, se livrando de cinco marcadores.

Os noticiários esportivos não falavam de outra coisa que não fosse o jogo e “aquele gol”, mostrando-o repetidamente ao público estupefato. A imprensa espanhola não poupava elogios: “Um gênio” (Marca); “Pelé de volta” (As); A estrela do Século XXI (Sport); “A ária do futebol (El Periodico); “Um extraterrestre em Santiago” (El País); e talvez o melhor de todos: “Ele deixou o mundo para trás” (La Vanguardia). Eu soube pessoalmente que aquela era uma notícia sensacional quando um grande amigo meu, na época trabalhando em Nova York, ligou para dizer que tinha visto o gol na CNN e que aquilo estava causando furor no tímido futebol dos Estados Unidos (MOSLEY, 2006, p.60).

O sucesso dentro de campo seria bem explorado fora dele, com uma espécie de “Ronaldomania”. A medida que o nome – e o largo sorriso debaixo de uma cabeça raspada – de Ronaldo era mais veiculado, mais ele se tornava um jogador-celebridade. Diversos produtos relacionados ao jogador passaram a ser comercializados, desde tradicionais pôsteres até hambúrgueres. Ronaldo era o principal alvo de programas de televisão, rádios, revistas e jornais. Seus empresários, Martins e Pitta, tentavam ao máximo aproveitar essa explosão na mídia. Na verdade, empresários não, mas sim parceiros de negócios de Ronaldo. Foi assim pelo menos que caracterizou o então técnico do jogador, Bobby Robson. “O relacionamento de Ronaldo com seus empresários era diferente de tudo o que eu já vira. Ele nunca os chamava de empresários, mas de ‘parceiros comerciais’, e era assim que lidava com eles” (MOSLEY, 2006, p.61). Mais uma vez, percebe-se a sensibilidade do ainda jovem Ronaldo sobre o potencial de sua imagem na publicidade e para o mundo dos negócios. Cientes do valor imensurável de seu “produto”, Martins e Pitta negociavam nos bastidores uma transferência do jogador para outro clube, desta vez a Internazionale de Milão. Essas intervenções dos empresários custariam muitas críticas a Ronaldo.

Ronaldo chegou para a disputa da Copa do Mundo de 1998, na França, com o status de melhor jogador do mundo (havia sido eleito como tal pela Fifa nos dois anos anteriores). Ele não era mais o menino que foi “a turismo” para o Mundial de 1994. A expectativa por uma apresentação digna das comparações feitas a ele em relação a Pelé era enorme. Ainda mais após a série de campanhas publicitárias da Nike, empresa da qual era o principal garoto-propaganda, e, conseqüentemente, que depositava enormes cifras e favoritismo à Seleção Brasileira. Quem não se recorda do famoso comercial no qual o time inteiro do Brasil exhibe todo o seu repertório de truques e dribles em pleno Galeão, o Aeroporto Internacional do Rio, com direito a um momento especial e derradeiro de Ronaldo? A pressão era gigantesca, desde a estréia do time de Zagallo contra a Escócia, no jogo de abertura daquela Copa, no recém-construído Stade de France. “Havia rumores de que os nervos de Ronaldo haviam se descontrolado antes da partida, e que ele tentara dormir um pouco (...) o episódio ajuda a entender um jovem emocionalmente frágil, com um nível absurdo de expectativa sobre os ombros”. (MOSLEY, 2006, p.84).

Os adversários de Ronaldo naquele período foram diversos: a cobrança por um futebol à altura de seus últimos prêmios<sup>7</sup>; a marcação ferrenha das defesas das outras seleções durante o torneio; os problemas pessoais com a ex-mulher Suzana Werner; e os rumores de que estaria tomando injeções para superar as dores no joelho e chegar até o fim da competição em alto nível – ele chegou a dar entrevista confirmando que estava com problemas na região. As declarações após a derrota para a Noruega, ainda na primeira fase do Mundial, mostraram um Ronaldo acuado e insatisfeito com toda aquela atmosfera carregada à sua volta: “O Brasil não é só Ronaldo. Eu tenho que ajudar o time, mas o time também tem que me ajudar (...) Assim como eu faço pelo time, o restante do time tem que fazer por mim” (MOSLEY, 2006, p.86).

Após superar o Chile, Dinamarca e Holanda, na fase de mata-mata, o Brasil chegava a tão aguardada decisão da Copa do Mundo, e logo contra os anfitriões franceses, liderados por outro grande craque contemporâneo de Ronaldo, Zinedine Zidane. Uma final que, se não era a mais esperada pelos analistas, pelo menos agradava a maioria, já que o Brasil do Fenômeno estava lá, para enfrentar a nação que sediava o evento. Porém, algo aconteceu naquele 12 de julho de 1998 que ficará para sempre na história do esporte. E na história de Ronaldo e do mito do Fenômeno. Uma sucessão de eventos, sem ainda a certeza de seu desenvolvimento, de que modo os principais personagens se comportaram e o peso de tudo isso tanto para a partida

---

<sup>7</sup> No capítulo 4, voltado para as narrativas míticas e biográficas elaboradas sobre o mito do Fenômeno, trataremos melhor da cobertura esportiva no Mundial da França e, conseqüentemente, da pressão exercida em cima de Ronaldo.

contra a França como para episódios posteriores do jogador. “Até agora ninguém explicou de maneira satisfatória o que aconteceu realmente, e minhas investigações revelaram um muro de silêncio pré-ensaiado e com respostas preparadas” (MOSLEY, 2006, p.89).

No momento de entregar a escalação do time brasileiro aos dirigentes da Fifa, o técnico Zagallo havia deixado de fora o nome de Ronaldo. Em seu lugar, estava listado o de Edmundo. A notícia se espalhou rapidamente, entre os mais diversos meios de comunicação, e de todo o mundo. “Tudo isso aconteceu em tempo real, e, à medida que os jornalistas no estádio se empenhavam em enviar aos estúdios informações quentes e atualizadas, um verdadeiro pandemônio se instaurava” (MOSLEY, 2006, p.90). Todos tentavam encontrar explicações para isso e, em seguida, quando vazou a informação de que na verdade ele iria jogar, por que houve um possível erro da comissão técnica na hora de escrever o nome do jogador. Afinal, não era qualquer um. Era Ronaldo. O Brasil entrou em campo com uma aparência relativamente tranqüila, mas não demorou muito para todos perceberem que acontecera algo de estranho com seu maior astro.

No desenrolar do jogo, ficou claro que havia alguma coisa muito errada com o comportamento de Ronaldo. Em suma, sua participação durante a partida foi nula (...) Ronaldo parecia distante, distraído, desinteressado, quase confuso e sem saber sequer por que estava num estádio de futebol na França. A lista de adjetivos poderia continuar, todos descrevendo um jovem que sofrera algum sério bloqueio mental (MOSLEY, 2006, p.90)

As imagens da entrega da taça para o capitão francês, Didier Deschamps, e de Zagallo tentando consolar um desolado Ronaldo no meio do estádio Saint Dennis, com as chuteiras azuis Mercurial da Nike e os milhões de flashes da imprensa global em seu pescoço, compunham a última cena daquele trágico dia, cujo drama começou algumas horas antes. Por volta das duas horas da tarde, o companheiro de quarto de Ronaldo, o lateral-esquerdo Roberto Carlos, foi despertado do transe em que estava, escutando seu walkman, quando viu o colega tendo uma espécie de convulsão na cama ao lado. Rapidamente, ele na habitação vizinha e chamou Edmundo, que afirmaria depois ter certeza de que Ronaldo havia sofrido uma convulsão e que havia se batido durante o episódio, deixando hematomas pelo corpo. Outro jogador, o volante César Sampaio, conseguiu impedir que o jovem atacante, já rígido e espumando pela boca, enrolasse a língua. A cena foi marcante para todos os presentes, incluindo aí o staff do hotel onde a Seleção Brasileira estava concentrada. Que o diga o gerente Paul Chevalier: “O alarme era geral, e os gritos acordaram todos os jogadores que naquele momento estavam no meio de um cochilo. Por algum tempo, ouvimos pessoas dizendo: ‘Ele morreu, ele morreu, ele morreu’. A situação criou um clima horrível no time, o que se notaria mais tarde no estádio” (MOSLEY, 2006, p.91).

Após uma reunião da comissão técnica e o despertar do atacante, que caíra no sono minutos depois da convulsão, Ronaldo foi levado até a Clínica Lilas para ser examinado, durante uma hora e meia. Os resultados nada indicaram, ou seja, o mistério continuara. Houve uma discussão entre médicos e jogadores, porque os primeiros achavam melhor não contar ao camisa 9 o que tinha ocorrido (ele parecia não ter consciência do que atravessara), e os atletas não aceitavam isso. No fim das contas, Ronaldo foi informado do que se passara, mas dizia estar bem e, apoiado pelos exames, tinha teoricamente boas condições para disputar a decisão.

Para colaborar com este projeto, o então técnico da Seleção Brasileira deu sua versão sobre o caso. Zagallo apenas reforçou o discurso oficial, de que Ronaldo tivera “apenas” uma convulsão no quarto e de que pouco tempo depois já estaria em condições de entrar em campo, logo numa final de Copa do Mundo: “Foi muito triste o que aconteceu com o Ronaldo naquele dia. Mas não tem mistério, foi um episódio de convulsão mesmo. Ele estava muito pressionado”, afirmou o Velho Lobo. Vale lembrar que o técnico já havia enviado à Fifa a lista com os relacionados mas, pressionado por ter que escalar o seu principal astro – que alegava estar bem – e por todo o contexto da final do Mundial, ele optou por sacar Edmundo e promover o retorno de Ronaldo.

Na opinião de muitas pessoas, foi a mistura de todas essas pressões sobre Zagallo – do próprio Ronaldo, de Teixeira (Ricardo Teixeira, presidente da CBF), da CBF, da Nike, dos torcedores, de seu desejo de acreditar que Ronaldo era capaz de iniciar alguma magia e vencer a Copa para ele e para o Brasil – que o levou a reverter sua decisão de usar Edmundo e escalar Ronaldo, sem dúvida despreparado para o jogo (MOSLEY, 2006, p.93).

O fim deste episódio já é de conhecimento geral: a população brasileira incrédula em relação ao que havia acontecido na França, jogadores e especialistas do ramo tentando encontrar explicações, a Inter de Milão, clube do jogador, disparando críticas à CBF por ter exposto excessivamente sua estrela, e veículos de comunicação de todo o mundo caçando Ronaldo por seus apartamentos no Rio de Janeiro e em suas viagens. Tentativas de passar uma borracha sobre tudo aquilo que havia passado. Foi como bem definiu Sir Bobby Robson: “Senti muito pelo garoto, senti mesmo. A pressão que ele estava sofrendo era excessiva. Nunca vi ninguém, por mais famoso que fosse, ser assediado como ele era” (MOSLEY, 2006, p.98). Ao final, tornou-se um dos casos mais polêmicos e intrigantes do esporte, mas que ficou longe da catástrofe que Ronaldo seria vítima mais ou menos dois anos depois. E da qual ele conseguiria se reerguer triunfantemente. Como um herói.

A difícil temporada de 1998/99 para Ronaldo na Itália, com direito a indisposições com os técnico e presidente da Inter na época e a conquista da Copa América de 1999 haviam passado, mas não o problema em seu sobrecarregado joelho, agora mais agudo. A principal

questão em relação aos joelhos de Ronaldo era o seguinte, segundo seu médico, Niltron Petrone, o “Filé”: o músculo quadríceps, localizado na parte da frente da coxa, era maior e por sua vez mais forte que os músculos em volta, o que provocava uma série de desequilíbrios quando ele estava correndo. Ainda mais quando o feixe de músculos transmitia uma grande carga de tensão ao tendão da rótula do joelho que, ao invés deste somente mover sobre seu eixo, também virava para os lados. Resultado: o tendão da rótula inflamava e provocava a dor constante em Ronaldo.

Foi então que ele operou o joelho, mais precisamente o tendão patelar direito, que apresentava rompimento parcial, em novembro de 1999, em Paris, cuja cirurgia foi conduzida pelo professor Gérard Saillant, já conhecedor dos problemas do atacante. Após meses de recuperação, nos quais teve de participar como testemunha da investigação do Congresso Nacional sobre a relação CBF/Nike (e inclusive responder perguntas sobre a derrota no Mundial do ano anterior), Ronaldo teria a tão aguardada oportunidade de retornar aos gramados na decisão de 2000 da Copa da Itália, o equivalente a nossa Copa do Brasil, no dia 12 de abril daquele ano.

Todos os olhos do mundo estariam direcionados àquela partida no Estádio Olímpico de Roma, algo bem sabido pela Nike<sup>8</sup>. “Os gênios do marketing da Nike tinham lançado outra cartada. Sabendo que o mundo inteiro estaria sintonizado no retorno de Ronaldo, eles o haviam adornado com outro novo modelo de chuteira” (MOSLEY, 2006, p.119). O Fenômeno começou o jogo no banco de reservas, mas não demorou muito para o técnico Marcelo Lippi se cansar do 0 a 0 no placar e sacar de lá o principal astro do elenco *neroazzurri*. E lá foi o jogador, com o emblemático número 9 às costas, até a linha do meio de campo, entrar na vaga de Mutu. Era o retorno do herói.

Sete minutos. Exatos sete minutos. Foi esse o tempo que separou a alegria geral da torcida e de milhões de espectadores quando Ronaldo entrou em campo do sofrimento que ficaria estampado no rosto do jogador. Ele havia se livrado facilmente da marcação adversária com sua tradicional finta de corpo, mas, quando já estava a mais ou menos vinte metros do gol da Lazio, Ronaldo desabou. O tendão que ele havia operado no semestre anterior, o da rótula direita, havia se rompido totalmente. Seu joelho estava destruído. Como tudo o que acontece com ele, seu desespero diante da mais nova lesão – a pior de sua carreira profissional – teria repercussão internacional e seria reproduzido incessantemente.

---

<sup>8</sup> Ronaldo teve diversos momentos de sua vida espetacularizados, principalmente aqueles relacionados ao futebol. A intenção era atrair os holofotes e, conseqüentemente, vender sua imagem para os consumidores ávidos por um ídolo. Neste caso do ano 2000, a estratégia de marketing foi um fracasso.



A imagem de Ronaldo sentado na grama, apertando o joelho e com o rosto contorcido numa expressão incrédula, louca de dor, seria transmitida ao mundo todo, uma visão de revirar o estômago de jogadores de futebol de todas as idades, de todos os lugares (MOSLEY, 2006, p. 120).

As demonstrações afetivas para com o jogador nos momentos posteriores dariam a dimensão e poder do carisma de Ronaldo: ambas as torcidas presentes no Olímpico gritavam seu nome, enquanto ele era carregado na maca; jogadores e personalidades ao redor do globo lamentaram o ocorrido e mandaram mensagens de apoio; a população e alguns veículos brasileiros trataram (indevidamente, diga-se) o episódio com a mesma proporção da morte do piloto de Fórmula 1 Ayrton Senna<sup>9</sup>. Aliás, não só a imprensa tupiniquim, mas a de vários outros países marcaram presença na entrada do hospital Pitié-Salpêtrière, em Paris. Há relatos de que havia mais de 300 jornalistas do lado de fora do local, entre integrantes das mídias impressa, televisiva, da Internet e do rádio.

Depois de uma cirurgia que durou mais de seis horas, o Dr. Salliant, o mesmo que havia operado anteriormente o joelho de Ronaldo, conseguiu reconstruir parte da rótula com fibras artificiais, copiando as naturais que haviam sobrado do tendão. O médico então concedeu entrevista coletiva, na qual afirmou acreditar que o Fenômeno poderia voltar a jogar futebol, e no mesmo nível extraordinário. A declaração foi vista por grande parte da imprensa como inacreditável. Após o fracasso na Copa de 1998 e a horrenda contusão, a imprensa especializada preferia apostar no encerramento precoce de sua carreira do que em um novo retorno. Naquele momento, o herói era colocado à prova mais uma vez, como nunca antes em sua trajetória. E um de seus colegas na Internazionale (ITA), que havia passado por situação semelhante, o italiano Roberto Baggio, observara de forma brilhante como se desenharia a jornada do já ídolo: a dele agora teria de se iniciar no seu próprio íntimo. Anos depois, Ronaldo relevaria um dos segredos da “virtude da superação”: a paixão por jogar futebol.

Sempre fui muito focado nas minhas escolhas, nos meus objetivos. Todas as vezes em que machuquei foram realmente lesões gravíssimas, sem precedentes no futebol. Então sempre se criou a dúvida sobre se conseguiria voltar a jogar, estar bem fisicamente (...) o amor pelo futebol me fez superar tudo isso, dedicar tantas horas aos tratamentos (“Papo com Benja”)<sup>10</sup>

Depois de realizar algumas etapas do tratamento em Vail, no Colorado – de onde fugiu às pressas após ser sugerida pelos médicos locais outra operação -, e Biarritz, na França, onde deu suas primeiras corridas pós-cirurgia, Ronaldo estava de volta ao Rio de Janeiro, para as

<sup>9</sup> Tricampeão mundial de Fórmula 1, Ayrton Senna faleceu no dia 1º de maio de 1994, quando Ronaldo ainda tinha 18 anos. A causa foi um acidente durante a disputa do GP de San Marino, em Ímola (ITA). Seu carro, uma Williams, atingiu o muro de proteção numa velocidade aproximada de 300km/h. Estima-se que mais de um milhão de pessoas foram às ruas de São Paulo acompanhar seu funeral.

<sup>10</sup> “Papo com Benja”, TV LANCE! (8/3/2011). Disponível em <http://www.lancenet.com.br/multimedia/papo-com-benja/?vid=785b448b7582a4a2095b5e44b93e962e&tit=Papo%20com%20Benja%20entrevista%20Ronaldo>

angustiantes, porém necessárias sessões de fisioterapia com Filé, realizadas na Barra da Tijuca e na Granja Comary, em Teresópolis. “Os meses seguintes foram longos e entediantes. A frustração sempre pairava no ar, e as longas horas de exercício repetitivo e cansativo significavam, às vezes, que as coisas podiam ficar tensas entre Filé e Ronaldo, embora os dois fossem bons amigos” (MOSLEY, 2006, p.128).

Ele só daria seus primeiros pontapés depois da operação quase um ano depois, já nos primeiros meses de 2001. Ronaldo disputou alguns amistosos da pré-temporada da Internazionale, além de alguns jogos beneficentes para o UNICEF, chegou a marcar alguns gols e a garantir que seu joelho estava bom, mas ele próprio ainda não se considerava pronto para voltar a jogar uma partida oficial. Enquanto ele ensaiava seu retorno triunfal, a Seleção Brasileira enfrentava seu calvário nas Eliminatórias para a Copa de 2002, que seria realizada pela primeira vez na história ao mesmo tempo em dois países, Japão e Coreia do Sul.

E em seu comando estava um dos personagens principais para o futuro de Ronaldo com a camisa verde-amarela, o técnico Luiz Felipe Scolari, que tinha de lidar com as críticas da imprensa, temerosa de que o Brasil não conseguisse a proeza inédita de não se classificar para um Mundial. Não só por isso, mas também pelo fato do treinador convocar Ronaldo, mesmo longe das condições ideais, para fazer parte do grupo, afirmando que ele seria fundamental para a Copa na Ásia. Esse comentário irritou outro astro nacional, Romário, que acabou criticando a atitude de Scolari – e ficando de fora da lista para o Mundial de 2002. Mas essa motivação, de fazer Ronaldo sentir-se desejado pela Seleção, foi crucial.

Porém, a recuperação de Ronaldo não estava fácil. Se por um lado se o tendão de seu joelho direito se mostrava firme, o resto do corpo não apresentava grande segurança. Tanto que ele sofreu diversas pequenas lesões entre o fim de 2001 e meados de 2002 – entre setembro e março, disputou somente 12 jogos, sendo apenas um como titular. Essas constantes idas e voltas do jogador não passariam em branco: “As muitas voltas interrompidas de Ronaldo faziam muita gente se perguntar se aquele seria agora o padrão de sua carreira” (MOSLEY, 2006, p.135). Para piorar, ele não conseguia adquirir o adequado ritmo de jogo por conta da pouca utilização que o então técnico do time italiano, o argentino Héctor Cúper, fazia dele. Segundo pessoas próximas ao jogador, o treinador da Inter não o tinha nos planos para o restante da temporada.

Ronaldo chegou a inclusive ter uma reunião com Cúper e Massimo Moratti, presidente do clube, para entender o porquê de não estar jogando, mesmo em ótima forma física. Intercalada por boas atuações de Ronaldo tanto na Itália como em partidas pela Seleção, a briga entre o técnico da Seleção e o da Internazionale prosseguiu até meados de

2002. Consequência da birra de seu treinador com Ronaldo ou não, o fato é que a Internazionale acabou não conquistando o campeonato nacional daquela temporada, apesar da grande expectativa criada. Restava então a Cúper se contentar com a preparação para a campanha seguinte. Já para Ronaldo restava a Copa do Mundo.

### **2.3 A consolidação do herói**

A decisão sobre a participação de Ronaldo no Mundial havia sido consolidada não em maio, quando saiu a relação de convocados para a competição, mas em fevereiro. Naquele mês, Scolari conseguiu trazer sua principal esperança de conquista para o Rio de Janeiro e, junto com Filé e a equipe médica da CBF, realizou uma intensa bateria de exames no jogador, para investigar se ele estava realmente recuperado da lesão. Depois de dois dias de intensa avaliação, a comissão técnica e o corpo médico concordou que, clinicamente, ele estava curado. O passo seguinte seria então organizar detalhadamente um programa de treinamentos. Ronaldo conseguiu baixar seu percentual de gordura de 13,5% para 8,5%, além de apresentar índices de corrida dos tempos de Barcelona. Ele estava pronto e para dar a volta por cima:

Eu consegui fazer alguns jogos antes da Copa, tinha voltado a jogar na Inter. O Felipão acreditou em mim por causa disso. A medicina não é uma ciência exata e o corpo do atleta também não. Ninguém tinha certeza do que ia acontecer, mas confiávamos que ia dar certo (LEITE, 2010, p.198)

Como havia sido na edição anterior, o Brasil caiu em um grupo considerado fácil na primeira fase, junto com Turquia, China e Costa Rica. E, assim como em 1998, a estreia também não fácil, na qual a vitória sobre os turcos dependeu de um erro da arbitragem. Caberia justamente a Ronaldo marcar o primeiro gol do time, algo que ele não fazia pela Seleção desde a Copa América de 1999. Para ele, um triunfo do tamanho da final. “Ganhar da Turquia na primeira fase foi muito importante, o time deles era bom e saímos perdendo. Acho que nessa partida mostramos força e aonde poderíamos ir” (LEITE, 2010, p.202). Em seguida, a equipe obteve goleadas tranquilas sobre a China (4 a 0) e Costa Rica (5 a 2), com um gol de Ronaldo na primeira e dois na segunda. Se ele ainda não brilhava, pelo menos era decisivo.

Veio a fase eliminatória da Copa e com ela a Bélgica, adversário nas oitavas de final. O Brasil conseguiu outra vitória senão imponente, pelo menos sólida do ponto de vista futebolístico, por 2 a 0, novamente com um erro da arbitragem (anulou um gol contra de Roque Júnior). Ronaldo faria naquela partida seu quinto gol na competição, já nos últimos minutos. O próximo oponente seria aquele de maior tradição que a Seleção enfrentaria na campanha do pentacampeonato: a Inglaterra, que, deve-se destacar, estava com diversos jogadores longe das melhores condições físicas, já que estes tiveram pouco tempo de

preparação para o Mundial. Assim como na estréia, o time de Scolari teve de virar o placar para se classificar. Foi a única vez em que Ronaldo não balançou as redes naquela competição. Sorte que Rivaldo e Ronaldinho Gaúcho garantiram a passagem às semifinais, com um gol em cada tempo. Na fase seguinte, o Brasil teve de enfrentar novamente a Turquia, que foi derrotada pela diferença mínima – garantida graças ao gol antológico de Ronaldo.

Apesar de ambas serem duas das mais tradicionais escolas de futebol, Alemanha (unificada) e Brasil nunca haviam se confrontado em Copas do Mundo. Portanto, aquela inédita decisão gerava muita expectativa nos jogadores e nos mais de um bilhão de espectadores sintonizados pela televisão. Ao contrário da final na França, Ronaldo parecia mais tranqüilo diante da oportunidade de redenção em Yokohama. Que o diga o seu visual estilo “Casão”, idêntico ao personagem das histórias em quadrinhos de Maurício de Souza, já apresentado no segundo triunfo sobre os turcos. “Animado com seus gols, confiante em sua boa forma física e deixando dissipar-se ao poucos a nuvem negra da Copa da França, Ronaldo ia saboreando novamente o gosto de ser o melhor jogador do mundo” (MOSLEY, 2006, p.15). O problema é que ele teria pela frente o excelente goleiro Oliver Kahn, que viria em seguida a ser eleito o craque da competição.

No primeiro tempo, Ronaldo pareceu estar realmente assustado diante do goleiro germânico e perdeu duas grandes oportunidades de abrir o placar para o Brasil. No intervalo, veio a chuva de críticas e questionamentos que o atacante tanto sofrera ao longo da carreira: “Será que a sequência de gols de Ronaldo seria inevitavelmente interrompida diante do impressionante alemão? (...) Ele não passaria no grande teste? (MOSLEY, 2006, p.16)”. Porém, a sorte brasileira e da construção do mito do Fenômeno mudou junto com a virada de tempo. Mais precisamente aos 22 minutos da etapa final, o tão elogiado Kahn soltaria o chute de Rivaldo nos pés de... Ronaldo.

O Fenômeno aproveitou o rebote e, em seguida, já estava em sua comemoração característica, uma espécie de coreografia única sua, a de correr com o dedo indicador em riste, acompanhado de um largo sorriso. O golpe de misericórdia viria 12 minutos mais tarde, em uma jogada espetacular do time brasileiro. Kléberson acionou Rivaldo que, dotado assim como Ronaldo de grande genialidade, deixou a bola passar, fazendo um tradicional corta-luz, até o camisa 9. Foram necessários apenas dois toques na bola, o da dominada e o da finalização certa no canto, para o Fenômeno superar mais uma vez o goleiro alemão e definir o placar – e o final feliz – do último capítulo da Copa. Ele ainda foi substituído antes do fim da partida, estratégia de Felipão para que um de seus principais jogadores (senão o principal) no Mundial recebesse a ovação que merecia.

Oito gols em sete jogos, sendo dois deles na decisão contra a Alemanha. Ronaldo fora o maior símbolo da grande conquista de uma geração marcada pela tragédia na decisão de quatro anos antes na França, do sofrimento na fase classificatória nas Eliminatórias, comandada por um técnico (o quarto em aproximadamente três anos) repetidamente questionado por seu estilo de jogo e pela não convocação de Romário. Ele personificara a famosa “volta por cima”, a superação. De fato, a Seleção Brasileira não tivera grandes dificuldades para chegar à final, diga-se, exceto nas quartas-de-final contra a Inglaterra e na dura semifinal contra a surpreendente Turquia. E na última passagem da aventura no Japão e na Coreia do Sul, o Fenômeno brilhará. Melhor escreveu Marcos Augusto Gonçalves, para o livro “Todas as Copas: de 1930 a 2002”:

Poderíamos chegar ao quinto título (...) Se, para os torcedores, o trauma de 1998 ainda estava vivo, para os jogadores o que iria se decidir em Yokohama era algo de dimensões épicas. Nova derrota representaria um irreparável fracasso pessoal e histórico. A vitória alçaria todos ao Olimpo dos futebolistas e os transformaria em heróis (GONÇALVES, 2002, p. 255)

Portanto, Ronaldo conseguiu desconstruir a imagem de fracasso e a dúvida em relação ao seu potencial dos últimos quatro anos e retornara ao topo do futebol. Conseguiu derrubar a condição que haviam petrificado para ele, a do “Nunca mais...”. Nunca mais voltará a jogar futebol, nunca mais será o mesmo, entre outros “nunca mais”. Perguntado sobre o assunto, ele respondeu: “Os dois anos desde a final da Copa da Itália me pareceram muito mais tempo. Mas eu sentia que viriam coisas boas para mim. Agora, quero me lembrar desse momento como o melhor da minha vida” (MOSLEY, 2006, p. 151). Fica nítido aqui como o período em que tratava da grave lesão no joelho lhe pareceu uma passagem por um lugar isolado no tempo e no espaço, o maior “ventre de baleia” que enfrentou na carreira. Um adendo a esse limbo que se pode fazer é comentar o fato de que até sua principal patrocinadora, a Nike, pouco lhe valorizou – suas participações em comerciais nos meses anteriores ao grande evento que estava por vir foram escassas e ele também não teve de início chuteiras exclusivas.

Essa redenção na Copa do Mundo de 2002<sup>11</sup> com oito gols colocou o herói de Bento Ribeiro no mesmo patamar de Pelé, outro mito do futebol, em termos de artilharia da principal competição esportiva do planeta. Tanto a imprensa brasileira como a de outros países mundo afora, antes reticentes sobre Ronaldo, agora não conseguiam controlar os elogios e compará-lo ao Rei. Mas acima de tudo isso, o jogador derrubou a condição eterna que haviam imposto sobre ele. “Pois o herói mitológico não é patrono das coisas que se tornaram, mas das coisas

---

<sup>11</sup> O dia seguinte à conquista do pentacampeonato mundial da Seleção Brasileira foi marcado pelo forte enunciado biográfico em torno de Ronaldo e suas superações. Algo fundamental para a manutenção, disseminação e, conseqüentemente, consumo do mito.

em processo de tornar-se; (...) A façanha do herói é um constante abalar das cristalizações do momento” (CAMPBELL, 1992, p.174). Após o sucesso em terras orientais no embate com outros gigantes do futebol, faltava agora à Seleção Brasileira voltar à sua terra natal com a Taça Fifa, maior símbolo da superação que Ronaldo obteve sobre sua provação. Mais do que isso, era a representação da glória que havia alcançado e o troféu que traria alegria para seu povo, no caso o brasileiro, cada vez mais “dependente” de conquistas no âmbito esportivo para esquecer (e ignorar) seus problemas sociais.

Terminada a busca do herói (...) o aventureiro deve ainda retornar com o seu troféu transmutador da vida. O círculo completo, a norma do monomito, requer que o herói inicie agora o trabalho de trazer os símbolos da sabedoria, o Velocino de Ouro (...) de volta ao reino humano, onde a bênção alcançada pode servir à renovação da comunidade (CAMPBELL, 1992, p.114)

Com o status de melhor jogador do mundo (prêmio que receberia da Fifa ao fim de 2002), Ronaldo esperava que agora sua vida na Itália melhorasse, principalmente a situação envolvendo o técnico da Internazionale de Milão. Porém, o clube italiano preferiu por manter Moratti, o que pôs os empresários do atleta mais uma vez de volta ao batente, em busca de uma nova – e lucrativa – negociação. Afinal, tratava-se do grande astro da última Copa, um ícone de grande valor comercial no mundo da bola. Os candidatos eram diversos, mas só havia naquele momento um clube com projeto ambicioso o suficiente e dinheiro em caixa para contratar o atacante: o Real Madrid<sup>12</sup>.

Vale destacar aqui em um parágrafo o porquê do Madrid ter sido a opção de Ronaldo. Maior vencedor da história da principal competição europeia, o clube espanhol passava por uma revolução sob a presidência de Florentino Pérez e havia conquistado três das últimas cinco edições da Liga dos Campeões da Europa. A estratégia de Pérez passava pelo futebol, obviamente, mas seu foco principal era o impacto midiático da contratação de grandes jogadores, conhecidos posteriormente como “galácticos”. Todos eles por valores astronômicos, que estabeleceram um novo limiar para aquisições de atletas de primeira classe. Primeiro foi o português Luis Figo (€ 61 milhões), sacado justamente do rival Barcelona.

Pouco depois foi a vez do francês Zinedine Zidane (€ 75 milhões), algoz de Ronaldo em 1998. Transferência essa que só foi superada em valores ano passado, pelo próprio Real Madrid, para as contratações de Kaká (€ 65 milhões) e Cristiano Ronaldo (€ 94 milhões), os melhores do mundo em 2007 e 2008. De onde veio tanto dinheiro no começo? Por um magnata do setor imobiliário, Florentino Pérez usou de seu conhecimento e influência no

<sup>12</sup> Ronaldo defendeu o Real Madrid entre 2002 e 2007 e foi um dos integrantes da primeira Era Galáctica do clube espanhol. Para melhor compreender esse projeto, cujos resultados no marketing foram assombrosos, mas no campo muito ruins, é obrigatória a leitura de “Anjos brancos – entre o céu e o inferno: Os bastidores do Real Madrid”, de John Carlins (2006)

mercado para conseguir vender as antigas instalações de treinamento do Real Madrid para o governo local, situadas numa área central e supervalorizada da capital espanhola, e comprou as novas em uma região com preço bem acessível.

Pérez deixava clara a sua filosofia. Agora que tinha dado ao clube uma base financeira sólida, ele traria um *superstar* global – ou galáctico, como eles diriam – ao clube a cada ano, numa política de qualidade, não quantidade (...) Como qualquer clube exclusivo, os afiliados tinham seus privilégios e só poderiam entrar com convite. O próximo da lista era Ronaldo (MOSLEY, 2006, p.159).

O que veio em seguida foi mais uma daquelas novelas sobre contratações de jogadores, com verdades, mentiras, meias palavras e o que mais estiver no cardápio. O fato é que, depois de muitas conversas entre dirigentes italianos e espanhóis, Ronaldo acertou um contrato de quatro anos com o Real Madrid, por cerca de € 45 milhões. Florentino Pérez conseguira trazer não só um craque em termos futebolísticos, mas também um craques do marketing. “Uma das coisas mais importantes para o Real Madrid é a sua imagem. Todos nós sabemos que Ronaldo é um dos melhores jogadores do mundo, mas ele é também uma das imagens mais universais no mundo” (MOSLEY. P.164). O comentário do presidente madridista recebeu o carimbo de garantia em pouco tempo. Em apenas três semanas desde a chegada do jogador, o Real conseguira vender 60 mil camisas. Cada uma saindo pelo preço de 70 euros, o clube teve de retorno rapidamente € 4,2 milhões, praticamente um décimo do que gastou na transferência.

Ronaldo fora contratado em setembro de 2002, mas só conseguiu fazer sua estréia pelo Real Madrid um mês depois, mesmo que no banco de reservas, contra o modesto Deportivo Alavés. Isso porque ele sofrera um pequeno estiramento muscular, o que retardara seu aproveitamento pelo técnico Vicente Del Bosque. Aliás, essas pequenas lesões minariam a passagem de Ronaldo pelo clube espanhol (e pelo resto de sua carreira). Porém, mesmo que não fosse garantido dele entrar em campo ou de jogar bastante tempo, a torcida esgotou os ingressos para a partida daquele 6 de outubro. Os “Anjos Blancos”, como era chamado o time do Real, conseguiram ficar com dois gols à frente em pouco tempo, cerca de meia hora, mas o Alavés descontou antes do encerramento do primeiro tempo. Algo que ninguém esperava, mas que só ajudaria a enriquecer ainda mais a construção do mito do Fenômeno. Afinal, nada de sua jornada foi típico, comum, sempre houve algo de único. Aos 18 minutos da etapa final, os torcedores madrilinhos encerraram a “ola” que faziam no Bernabéu para acompanharem cada passo de Ronaldo ao pisar no gramado.

Ele levou exatos sessenta segundos para brilhar. Após cruzamento do amigo compatriota Roberto Carlos, Ronaldo dominou a bola no peito e, antes de deixá-la cair,

emendou um voleio, a cerca de 15 metros do gol adversário. O herói derrubava mais uma vez a desconfiança geral, principalmente a da imprensa e torcida de Madri, sempre muito crítica em relação ao principal clube local. “O Bernabéu entrou em órbita, e eu junto. Era um momento fantástico e, enquanto os ilustres companheiros corriam para parabenizar Ronaldo, seu sorriso proeminente estava de volta (...) Parecia que o menino de Bento Riberito não podia mais errar” (MOSLEY, 2006, p.169). Ainda houve tempo para o agora camisa 11 (outro jogador envergava a 9 marcar mais um gol, fazendo daquela estréia uma das mais memoráveis – e retransmitidas – da história do futebol mundial.

O problema é que o brilho do uniforme branco não foi tão intenso. Apesar de no fim de 2002 ter sido eleito pela Fifa como melhor jogador do mundo (pela terceira vez na carreira), Ronaldo não foi aliviado das críticas da exigente torcida merengue, num primeiro instante direcionadas a todo o time. Mesmo com uma equipe repleta de grandes jogadores, o Real Madrid fracassou anos seguidos na competição que mais interessava aos torcedores: a Liga dos Campeões da Europa (o Real tem nove títulos deste torneio). Se nas duas primeiras temporadas em Madri o Fenômeno se destacou em relação ao resto, apresentando uma média acima de 24 gols por ano, no restante de sua passagem por lá foi mais notado pelas frequentes pequenas lesões e pela vida agitada fora de campo<sup>13</sup>. Foi entre 2004 e 2007 que a intimidade de Ronaldo passou a ser mais exposta pela mídia espanhola (e pela brasileira também). Consequência ou não da conduta longe das quatro linhas, o fato é que ele não conseguia manter a forma física e teve desempenhos muito ruins nos dois últimos anos pelo clube – em 2006, foram apenas 27 jogos e 15 gols, e em 2007, 13 partidas e 4 gols.

Apesar de longe das melhores condições, Ronaldo foi convocado para disputar sua quarta Copa do Mundo, em 2006, na Alemanha. Ele até conseguiu quebrar um novo recorde pessoal, e se tornar o maior artilheiro em toda a história da competição (15 gols), mas naufragou junto com uma geração promissora, que poderia ter apresentado muito mais e ido muito além. Como as narrativas construídas<sup>14</sup> em cima daquele grupo não se focalizou tanto em cima dele, como fora em 1998, ele foi apenas um dos “responsáveis” pela eliminação precoce, e não “O grande vilão” da história. Em relação a Ronaldo naquela Copa ficaram as imagens principalmente da preparação em Weggis (SUI), quando o atacante lutava contra a balança – chegou dez quilos acima do ideal, o gol histórico contra Gana, e, por último mas

<sup>13</sup> No capítulo sobre 5, sobre o “Ronaldo celebridade” serão lembrados alguns de seus casos amorosos e o impacto que tiveram na mídia esportiva.

<sup>14</sup> O mito do Fenômeno também foi trabalhado durante 2006, mas sem o mesmo potencial de quatro anos antes. De qualquer forma, ao alcançar a marca de 15 gols, Ronaldo teve seu biográfico novamente revisitado e trabalho pela cobertura esportiva.



não menos importante, o novo desmoronamento diante da seleção francesa do amigo Zidane, desta vez nas quartas de final do principal torneio de futebol do mundo. Vejamos abaixo os comentários de Ronaldo sobre as críticas que sofreu durante esse período:

Sempre fui muito ligado às notícias, principalmente do futebol. Tive que acompanhar obrigatoriamente, lidar com imprensa. Mas sempre procurei entender o lado de cada um, de elogios e críticas. Às vezes algumas críticas têm uma influência maior nas pessoas. Essa coisa do gordo teve um impacto muito grande. Eu vejo em 2002 foto minha sem camisa, e já falavam que eu estava acima do peso, sendo que estava ótimo fisicamente (“Papo com Benja”)<sup>15</sup>

Cada vez mais sem espaço no time e com destaque na mídia, só que de maneira negativa, o jogador decidiu então voltar a Milão. Só que desta vez para o rival da Internazionale, o Milan. Como havia defendido o Real Madrid em competições europeias ainda naquela temporada de 2007, Ronaldo teve de se contentar com o Campeonato Italiano. Só que os problemas das rotineiras lesões musculares continuaram, e ele fez apenas 14 jogos em seu primeiro ano por lá. Para piorar ainda mais a situação do Fenômeno, no dia 13 de fevereiro de 2008, na partida contra o Livorno, após uma boa sequência de apresentações, ele sofreu uma lesão semelhante à tragédia do ano 2000. Só que agora havia sido na rótula do joelho esquerdo, depois de realizar um salto. Mesmo diante de mais uma grande provação na carreira, ele não quis se aposentar: “Em nenhuma vez pensei em parar. Em qualquer lesão ou operação” (“Papo com Benja”)<sup>16</sup>.

Novamente imerso no “mundo da morte”, do desconhecido, no futebol, Ronaldo precisaria de um resgate externo. E foi justamente isso o que aconteceu, através do acerto com o Corinthians<sup>17</sup>. O clube paulista conseguiu trazê-lo de volta ao Brasil, após mais de uma década de experiências no exterior: “O herói pode ser resgatado de sua aventura sobrenatural por meio da assistência externa. Isto é, o mundo tem de ir ao seu encontro e recuperá-lo” (CAMPBELL, 1992, p.120). Ainda em tratamento do recente problema no joelho esquerdo, o jogador foi apresentado à torcida corintiana no início de dezembro de 2008. Após um intenso período de preparação física e um “jogo-teste” contra o Itumbiara, pela Copa do Brasil de 2009, Ronaldo teve a oportunidade de disputar seu primeiro clássico contra o Palmeiras, pelo Campeonato Paulista. Aos 47 minutos do segundo tempo, ele marcou seu primeiro gol pelo

<sup>15</sup> <sup>16</sup> Disponível em <http://www.lancenet.com.br/multimedia/papo-com-benja/?vid=785b448b7582a4a2095b5e44b93e962e&tit=Papo%20com%20Benja%20entrevista%20Ronaldo>

<sup>17</sup> O retorno de Ronaldo ao Brasil foi intensamente explorado pela cobertura esportiva. Não foram poucas as narrativas míticas produzidas, ressaltando a capacidade de superação do ídolo Fenômeno e sua potencialidade para dar a volta por cima justamente no Corinthians. Inclusive, para espetacularizar melhor sua chegada, o Timão procurou relacioná-lo com o estereótipo de seu torcedor: humílee, trabalhador, sofredor e vencedor.

Corinthians, feito esse que evitou uma derrota e, mais significativamente, colocou sua imagem novamente em evidência no mundo. A reprodução do lance e de sua comemoração junto com os torcedores, na grade, foi espetacularizada intensamente.

Ronaldo continuou melhorando a forma física e subindo de produção ao longo da competição nacional e da estadual. Com isso, começavam a ser disseminados com ainda mais força as narrativas míticas sobre o Fenômeno e sua capacidade de superação, através do enunciado biográfico. Mas foram as atuações diante do São Paulo e Santos<sup>18</sup>, no Campeonato Paulista, e contra o Internacional, pela Copa do Brasil, que fizeram a mídia afirmar que ele havia dado “a volta por cima”. Ou o retorno miraculoso, segundo Joseph Campbell. Em apenas um semestre, ele havia novamente consolidado seu próprio mito e reestabelecido seu papel como ídolo da sociedade brasileira. O sucesso foi perpetuado durante boa parte do ano, e mesmo sendo poupado em algumas ocasiões, Ronaldo marcou 23 gols em sua primeira temporada no Corinthians. Consequência de seu bom rendimento e do time foi o aumento expressivo das receitas do clube, principalmente através de ações de marketing<sup>19</sup>.

Acho que a minha chegada teve uma participação para essa mudança. Mas acho que foi o mercado em si, também (...) Tudo ainda vai mudar muito. Temos uma economia muito forte, e o futebol não pode ser diferente. Temos capacidade de investir muito mais, as empresas devem investir muito mais (“Papo com Benja”)<sup>20</sup>

Só que a responsabilidade seria enorme no ano seguinte. Ao conquistar a Copa do Brasil de 2009, o Corinthians ganhou a oportunidade de disputar a Copa Libertadores da América, sua maior ambição, justamente no ano do centenário do clube. A expectativa era enorme por parte da torcida, que tinha em Ronaldo a principal referência. O problema é que o ano não foi bom para ele, que sofreu muito com as lesões, em sequência, e teve dificuldades para manter a forma física. Para piorar, seu time foi eliminado da competição continental pelo Flamengo – o Rubro-Negro tinha como certa sua contratação ao final de 2008. Nesta temporada, ele disputou apenas 27 partidas e marcou seis gols. Diante desse novo fracasso, o ídolo que parecia immortalizado no ano anterior teve de retornar ao universos dos mortais: “Ele tem de enfrentar a sociedade com seu elixir, que ameaça o ego e redime a vida, e receber o choque do retorno, que vai de queixas razoáveis e duros ressentimento à atitudes de pessoas boas que dificilmente o compreendem” (CAMPBELL, 1992, p. 123)

<sup>18</sup> No capítulo 4 será mostrado um exemplo de como a apresentação e os gols na Vila Belmiro foram trabalhados de maneira mítica pela cobertura esportiva.

<sup>19</sup> A chegada de Ronaldo ao Corinthians transformou o mercado brasileiro e proporcionou um crescimento exponencial do faturamento do clube. A conferir melhor no capítulo 5.

<sup>20</sup> Disponível em <http://www.lancenet.com.br/multimedia/papo-com-benja/?vid=785b448b7582a4a2095b5e44b93e962e&tit=Papo%20com%20Benja%20entrevista%20Ronaldo>

Veio 2011 e Ronaldo não conseguiu superar mais os incômodos nos joelhos e quadril. Visivelmente fora de forma, ela ainda teve a oportunidade de disputar novamente a Libertadores pelo Corinthians. E o resultado foi novamente um fracasso, desta vez diante do Tolima (COL). Como a eliminação aconteceu ainda na primeira fase da competição, a torcida corintiana não se conteve e realizou um violento protesto no Centro de Treinamento do clube. Poucos dias depois, o Fenômeno viria anunciar sua aposentadoria. Na ocasião, ele ainda revelaria um quadro de hipotireoidismo, distúrbio metabólico que atrapalha o controle de peso. Ronaldo disse o seguinte sobre a decisão de finalmente pendurar as chuteiras, na entrevista utilizada por este trabalho:

É realmente doloroso, é triste, sofrido. Mas a gente tem que se acostumar. Eu, quando decidi parar, foi uma decisão muito pensada, apesar do pouco tempo para tal. Analisei todas as possibilidades, conversei com família e pessoas próximas...O meu corpo estava pedindo. O que mais sinto falta é o contato com a torcida, com o estádio, de ser protagonista de um jogo, fazer um gol decisivo (“Papo com Benja”)<sup>21</sup>

Foi o retorno definitivo ao mundo real. Segundo Joseph Campbell, um caminho muito difícil de ser traçado pelos heróis, acostumados à glória e ao pertencimento ao campo do transcendental:

O primeiro problema do herói que retorna consiste em aceitar como real, depois de ter passado por uma experiência da visão de completeza, que traz satisfação à alma, as alegrias e tristezas passageiras, as banalidades e ruidosas obscenidades da vida. Por que voltar a um mundo desses? Por que tentar tornar plausível, ou mesmo interessante, a homens e mulheres consumidos pela paixão, a experiência da bem-aventurança transcendental? (CAMPBELL, 1992, p.125)

---

<sup>21</sup> Disponível em <http://www.lancenet.com.br/multimedia/papo-com-benja/?vid=785b448b7582a4a2095b5e44b93e962e&tit=Papo%20com%20Benja%20entrevista%20Ronaldo>

### **3. Futebol e identidade brasileira**

Para compreender melhor o mito em torno de Ronaldo e a construção de seu papel como ídolo, é fundamental fazermos antes um breve resgate do que se compreende como identidade brasileira. Afinal, só assim saberemos que aspectos apresentados pelo caso do Fenômeno puderam ser relacionados com essa noção. Para isso, a obra do antropólogo Roberto DaMatta é essencial, não só por ser uma referência no tema, mas também por suas contribuições para o futebol no campo acadêmico.

Aliás, foi a análise dos estudos de DaMatta que permitiu o entendimento da evolução do tratamento das ciências para com o futebol, um dos pilares de nossa cultura. Em consequência de DaMatta que vieram outros autores pertinentes para este projeto, como Ronaldo Helal. Ele já redigiu alguns artigos de relevância sobre a interação entre o mito do Ronaldo, o futebol e a comunicação.

Também foi contemplado neste capítulo outros dois processos relevantes para os objetivos deste trabalho: as modificações na cobertura esportiva ao longo do tempo e a transformação do futebol em espetáculo. Quais foram as consequências de ambos que afetaram e proporcionaram o cenário que temos hoje? De que forma eles influenciaram a propagação do mito do Fenômeno? É o que veremos a seguir, com o auxílio das referências e conceitos já trabalhados por Micael Herschmann e Carlos Alberto Messeder Pereira, em “Mídia, Memória & Celebidades”. Falando em celebridades, este pedaço do trabalho também comentará a adaptação dos ídolos, compreendidos primeiramente nos moldes dos heróis antigos, em casos de celebridades, respeitando e destacando obviamente suas peculiaridades.

#### **3.1 O olhar acadêmico sobre o futebol**

A compreensão do mito criado em torno de Ronaldo passa obrigatoriamente pelo “encaixe” de sua figura com a sociedade brasileira – ou o que se imagina dela. É dizer, a transformação deste jogador de futebol em ídolo nacional dependeu e muito de suas semelhanças com o que se pode considerar como características da identidade tupiniquim. Ronaldo foi um dos grandes do “esporte número um” do país. Esporte esse que em seu início esteve bem distante das camadas populares. Durante as primeiras décadas do século passado, o futebol era praticado somente por membros da elite, sendo considerado um evento da alta sociedade. Foi só a partir de sua profissionalização e da abertura das portas de alguns clubes para atletas negros, como fez primeiramente o Vasco da Gama, na década de 20 (melhor conta

Mário Filho, em “O negro no futebol brasileiro”, de 1947). Em seu artigo “Construindo a Nação Arco Íris: esporte e identidade nacional em Invictus”, Roberto Helal consegue traçar um paralelo entre o rúgbi na África do Sul e o futebol no Brasil. Ambas as modalidades, em seus respectivos países, abandonaram o amadorismo e partiram para o caminho da popularização e, conseqüentemente, do espetáculo das massas. É interessante como neste obra ele relembra Roberto DaMatta, ainda na comparação entre os esportes, e ressalta como o futebol foi fundamental para que o povo brasileiro pudesse juntar os símbolos do Estado Nacional a seus valores mais enraizados.

O trabalho de DaMatta foi fundamental por tirar o futebol do “limbo acadêmico”. Foi a obra “Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira” (1982) que deu o pontapé inicial para estudos de nortes mais históricos e antropológicos, até ritualísticos, deixando para trás a outrora perspectiva apocalíptica sobre o assunto. A troca de foco, segundo ele, tinha como objetivo desenvolver as chances de compreender os rituais e expressões culturais da população brasileira. O futebol seria um fenômeno entendido como um "drama" da sociedade brasileira, que alternava elaboração intelectual e emoções. "É parte do meu entendimento que quando eu ganho certa compreensão sociológica do futebol praticado no Brasil, aumento simultaneamente minhas possibilidades de melhor interpretar a sociedade brasileira" (DAMATTA, 1982, p.21). E para isso ocorrer, era primordial expandir também os pontos de observação sobre o mesmo, abraçando o maior leque possível de áreas da ciência. “Pois diferentemente de outras instituições, o futebol reúne muita coisa na sua invejável multivocalidade, já que é jogo e esporte, ritual e espetáculo, instrumento de disciplina das massas e evento prazeroso” (DAMATTA, 1994, p.12).

O futebol, segundo ele, introduziu novos valores na clientelista e hierárquica sociedade brasileira. Trata-se de uma atividade que promoveu sentimentos de identidade individual e ao mesmo tempo coletiva. Além disso, permitiu ao país sentir o primeiro gosto de democracia e igualdade: "No fundo, o futebol prova que se pode acasalar - e acasalar muito bem - valores culturais locais, nascidos de uma visão de mundo tradicional e particularista, com uma lógica moderna e universalista (DAMATA, 1994, p.12). O futebol também apresentou uma série de elementos particulares que cativaram a população brasileira. Por exemplo, a questão da liberdade para escolher seu time de coração, numa sociedade onde o controle entre gerações e gêneros é tão intenso. Há também a imprevisibilidade do esporte praticado com os pés, com insinuações à sorte e ao destino, que vai de encontro à religiosidade nacional. Até o fato de ser disputado com pernas, quadris e cintura, alvos de grande simbolismo no Brasil, teria contribuído. O nosso jogo de cintura – também relacionado à malandragem - seria um ponto

diferenciador para nossa identidade e, sendo mais específico, do próprio futebol brasileiro: “...o futebol institui abertamente a malandragem como arte de sobrevivência e o jogo de cintura como estilo nacional” (DAMATTA, 1994, p.17).

Segundo o antropólogo, o futebol atua como “instrumento privilegiado de dramatização de muitos aspectos da sociedade brasileira é um formidável código de integração social” (DAMATTA, 1994, p.17). Um ritual no qual uma determinada coletividade dividida consegue se afirmar e vencer provoca um choque se comparado às instituições públicas brasileiras, desmoralizadas pelo clientelismo. Algo que ganha mais relevância por proporcionar ao já “derrotado” na sociedade, neste caso a parcela mais desfavorecida economicamente da população, a experiência do triunfo. Uma espécie de justiça social.

Para mim, essa é a mais bela lição de igualdade que um povo massacrado pela injustiça pode receber. Ora, é precisamente por ter essa capacidade de juntar o formal com o informal, as leis com a realidade que, no Brasil - e, de resto, em todo o chamado Terceiro Mundo -, o futebol se transformou num campo imbatível de todo tipo de emoções (DAMATTA, 1994, p.17)

A obra de Da Matta, por tanto, estabeleceu referenciais para as futuras interpretações acadêmicas sobre o futebol. Os novos termos, conceitos e ideias passaram a estabelecer frequentemente essa ponte entre a modalidade esportiva em questão e a identidade brasileira. Esse espetáculo esportivo proporcionava ao indivíduo a experiência do sentido patriótico e da identidade nacional, mesmo num país com raras manifestações coletivas intensas. A bola não era mais ópio, mas sim parte quase fundamental da composição imaginária nacional.

Ao invés de alienação e controle, as palavras-chaves passam a ser singularidade, identidade, emoção, criatividade, estilo, imaginação e outras da mesma matriz (...) O futebol passou a ser exaltado por popular, participativo e enquanto expressão autêntica da cultura ou ser nacional (HELAL, 2001, p.4).

Outra contribuição importante foi a configuração do que viriam a ser os “estudos sociais do esporte”, como mostrou Édison Gastaldo (2010), a partir do conceito de “campo intelectual” de Bourdieu (2002). Segundo ele, esse campo é composto por um amplo leque de produções acadêmicas que “caracteriza-se por abordar o esporte em sua dimensão de fato social (distinguindo-se portanto de abordagens físicas e/ou fisiológicas dos fenômenos esportivos)”(GASTALDO, 2010, p.8). Porém, o mesmo faz ressalvas a serem consideradas: apesar da antropologia, sociologia e comunicação – áreas a serem abordadas neste projeto – possuírem pesquisas de relevância sobre o esporte, a maior parte delas se encontra na educação física. “A falta de interação (ou, digamos, o pouco contato) que as ciências sociais têm entre si e com a educação física ajuda a explicar em parte o isolamento das iniciativas de

cada uma delas” (GASTALDO, 2010, p.13). Além disso, quando existe a interação, ela se dá entre indivíduos, e não entre as instituições.

Por fim, o trabalho de Da Matta também foi vital para ampliar o debate sobre o futebol e, conseqüentemente, enxergar sua relação com a identidade brasileira, ao combater o pré-conceito de “ópio do povo”, expressão usada por seus contemporâneos acadêmicos. Quem indicou isso foi Muniz Sodré, referência para qualquer trabalho de nossa área, em "O Monopólio da Fala", considerada a primeira obra a relacionar com competência a Teoria da Comunicação e o futebol. Afinal, seria, "um grande erro supor que a complexidade do futebol brasileiro possa cingir-se à conceituação de um "aparelho esportivo", algo capaz de reproduzir o tempo todo, de modo reflexivo, a ideologia ou o sistema de relações do poder dominante" (SODRÉ, 1984, p.152).

### **3.2 Futebol e comunicação**

Ao mesmo tempo em que o campo acadêmico se transformava, igual acontecia com o jornalismo esportivo, área essencial para o entendimento do binômio futebol-sociedade brasileira, pois é constituinte da relação entre o esporte e a população, mesmo que não possua o mesmo grau de racionalidade de linguagem de outras. O contexto histórico da segunda metade do século XX impulsionou o processo de globalização da cobertura esportiva, assim como a convergência desse ramo do jornalismo com outras áreas da comunicação, principalmente a publicidade: "Mal sabíamos que estava surgindo uma revolução no esporte, com efeito direto e imediato no jornalismo esportivo. A cobertura foi sendo modificada (...) os princípios da comunicação começaram a conviver e a se misturar com outras áreas" (ESPM, 2011, p.56). E com o futebol não foi diferente. Considerar o seguinte aspecto:

Fonte de conhecimento empírico e compreensão de processos", entende que a história e as sociologias dos esportes não podem se reduzir a dizer em linguagem sociológica... o dito pelos jornalistas naquela linguagem que é dirigida à emoção e a imaginação dos amantes dos esporte, atletas e torcedores. (HELAL, 2001, p.78)

A cobertura esportiva atraiu o interesse das grandes marcas e dos diversos meios de comunicação muito por conta de sua facilidade para criar ídolos. Da noite para o dia, literalmente, um simples personagem de uma determinada partida já é rotulado de “herói”, ou “salvador da pátria”, se tiver defendido um pênalti, marcado o gol da vitória ou do título, por exemplo. Essa verdadeira fabricação de ídolos esportivos envolve a publicação de artigos, narração de jogos, comentários de especialistas, enfim, toda uma avalanche de informações com esse caráter, de transformar alguém em especial. Por outro lado, a mídia também é muito

capaz em rapidamente desconstruir a imagem de um ídolo, processo esse sempre com algum interesse por trás.

Mas nem sempre foi assim. Durante muito tempo a cobertura esportiva foi vista de cima para baixo. Para usar termos mais futebolísticos: numa redação, seria a primeira editoria a ser chutada para escanteio. Com a já citada popularização do futebol, carro-chefe da área no Brasil, criou-se um preconceito que durou décadas. Como dar espaço a um setor do qual os potenciais leitores, de menor poder aquisitivo, seriam em sua maioria analfabetas? Não à toa diversas revistas e jornais dedicados ao assunto surgiram e desapareceram com a mesma velocidade. Foi só a partir da década de 1960, após muitas tentativas, que o setor começou a se consolidar: "De todo jeito, a partir da segunda metade dos anos 60, com cadernos esportivos mais presentes e de maior volume, o Brasil entrou na lista dos países com imprensa esportiva de larga extensão" (COELHO, Paulo Vinícius, 2006, p.10).

Para que o esporte ganhasse mais espaço, foi necessário tempo - e paixão. Além do sucesso da Seleção Brasileira e dos clubes, foi fundamental também a existência de uma cobertura que retratasse a relação apaixonada entre torcedor e a modalidade de seu interesse. Com maior destaque, os trabalhos dos irmãos Mário Filho e Nelson Rodrigues, no *Jornal dos Sports*. "Essas crônicas motivavam o torcedor a ir ao estádio para o jogo seguinte e, especialmente, a ver seu ídolo em campo. A dramaticidade servia para aumentar a idolatria em relação a este ou àquele jogador (COELHO, Paulo Vinícius, 2006, p.17). Essa maneira de Mário e Nelson de contar os fatos esportivos ainda é questionada, sendo considerada como algo diferente do jornalismo, justamente por não se prender a frieza da realidade.

O cenário da cobertura esportiva começou a mudar a partir dos anos 70, procurando se seguir ao máximo as três regras básicas do jornalismo, até desembocar no que temos hoje. Porém, nunca abandonou o seu diferencial: a emoção. "Esse tipo de cobertura sempre misturou emoção e realidade em proporções muitas vezes equivalentes" (COELHO, Paulo Vinícius, 2006, p.22).

### **3.3 Espetacularização do futebol**

Por ser parte constituinte de nossa sociedade, o futebol não poderia escapar do processo de espetacularização. Até porque não se trata mais de "apenas um jogo". Segundo a empresa de consultoria AT Kearney, o mundo da bola movimentou no ano de 2009 cerca de R\$ 50 bilhões, incluindo aí desde bilheterias, passando pela venda de produtos, direitos televisivos e megaeventos, até ações de marketing isoladas com os atletas. Foi o líder



disparado no raking dos esportes, já que o futebol americano, o segundo colocado, ficou na casa dos R\$ 14 bilhões. Só no mercado brasileiro, foram aproximadamente R\$ 1,9 bilhão naquele ano, segundo a consultoria Crowe Horwath RCS. Reflexo disso tudo são as já citadas dezenas de câmeras espalhadas pelos estádios do país, na tentativa de capturar cada detalhe de uma partida; os grandes orçamentos destinados às festas de aberturas das competições; as diversas propagandas com a presença de jogadores. O futebol é cada vez mais espetáculo e espetacularizado. “A mídia seria, assim, um espaço privilegiado de produção de discursos sociais e os espetáculos esportivos modernos um dos emblemas mais visíveis deste processo de “mídiatização” de eventos culturais” (HELAL, 1998, p.141).

Esse processo da exibição e divulgação em massa dos grandes personagens do futebol tem como uma de suas explicações a ascensão das narrativas biográficas, onde a vida do indivíduo é tratada como objeto central da notícia. Um tipo de narrativa cada vez mais fundamental na cultura contemporânea, já que "a partir delas os agentes sociais, ao mesmo tempo, atribuem sentidos e significados para a realidade e constroem, provisoriamente, um lugar para si no mundo" (HERSCHMANN & PEREIRA, 2005, p.8). O culto ao biográfico tem se aprofundado no enunciado jornalístico, até mesmo na cobertura esportiva (alvo de nosso estudo). E, conseqüentemente, vêm ganhando espaço porque é são as representações veiculadas que têm servido de referência para o que é "fato histórico" em nossa sociedade.

O interesse pelos detalhes íntimos da vida de personalidades públicas - no caso deste trabalho, os jogadores de futebol e, mais especificamente, Ronaldo Fenômeno - é um desdobramento de dois fatores. De um lado, uma "carência social": a perda do acesso direto às pessoas do nosso convívio rotineiro. Nossas experiências sociais são cada vez mais mediadas e interdidas. Do outro, a busca pela diversão através da curiosidade em relação à vida alheia, típica de nossa sociedade: "Evidentemente, poder-se-ia afirmar que essa demanda social pelo biográfico representa também um pouco do voyeurismo, de bisbilhotice da vida alheia, demonstrando o interesse pela vida enquanto entretenimento" (HERSCHMANN & PEREIRA, 2005, p.9). De qualquer forma, os significados que são estabelecidos nessa interação entre personalidade pública e o indivíduo "comum", aquele longe dos holofotes da mídia, depende de uma série de fatores:

Evidentemente, a maneira como são construídos esses personagens é importante no sentido de mapear um campo para eles no imaginário social; entretanto, os significados que são associados a essas trajetórias de vida pública são também em grande medida determinados pelo agenciamento do público, isto é, pelo conjunto de sentidos que cada um elabora a partir das narrativas biográficas". Assim, o que para muitos é uma trajetória heroica, para outros apenas sugere estilos de vida ou abre a possibilidade de contato com o outro (HERSCHMANN & PEREIRA, 2005, p.51)

Vamos tratar aqui da interação entre o fã e o ídolo. Em "Mídia e modernidade", Thompson ressalta que, essa é uma das novas relações construídas graças ao acesso mediático do biográfico. Segundo ele, os episódios da vida íntima dos ídolos tem tido crescente papel de referência na construção da "nossa trajetória de vida" (HERSCHMANN & PEREIRA, 2005, p.11). De outra forma: os fãs muitas vezes utilizam passagens das vidas das celebridades para pautarem suas próprias. Melhor contextualizam Herschmann & Pereira: "Vem se construindo, portanto, um novo estilo de vida, um novo sentimento de pertencimento no qual os ídolos, heróis e celebridades, são referências e modelos: com grande frequência, seus corpos são erotizados, desnudados e influenciam o consumo" (HERSCHMANN & PEREIRA, 2005, p.11). Mais adiante, ocorre a satisfação simbólica por grande parte dos fãs do que se consome de seus respectivos ídolos. Ídolos esses dos quais se exige também a habilidade de se espetacularizar, de serem celebridades:

As fronteiras que separam os heróis das celebridades vêm se fragilizando e já não seria possível precisar quais os fatores que consagrariam um determinado ídolo: talento, atos heroicos e/ou estratégias publicitárias bem-sucedidas. Na verdade, todos são, hoje, dimensões que se articulam no sentido de produzir heróis/celebridades em contextos de alta visibilidade (HERSCHMANN & PEREIRA, 2005, p.13)

Como já comentado anteriormente, são poucos os campos que tem um potencial para a criação de ídolos como o futebol. Através de determinadas construções narrativas, a produção de um novo mito se dá a cada novo episódio marcante. "Esta característica do "ídolo-herói" acaba por transformar o universo do futebol em um terreno extremamente fértil para a produção de mitos e ritos relevantes para a comunidade" (HELAL e Murad, 1995, In HELAL, 1998, p.142).

#### **4. Narrativas para a construção do mito**

Tendo como base a biografia de Ronaldo e os conceitos de Joseph Campbell, apresentados no capítulo 2, além das considerações da etapa anterior, que nos apresentou a relação entre futebol, identidade brasileira e comunicação, vamos navegar agora nas narrações míticas e nos enunciados biográficos apresentados pela cobertura esportiva nos momentos mais marcantes da carreira do ex-jogador. Essas narrativas têm sido essenciais para a organização dos atores sociais de hoje, que materializam identidades num universo onde a elas não são únicas, mas fragmentadas:

O homem contemporâneo vive a sensação de aceleração e instantaneidade, de presentificação do mundo e, ao mesmo tempo, lida com uma enorme multiplicidade de referenciais identitários, o que, em vários momentos, pode produzir uma certa sensação coletiva de desorientação (HERSCHMANN & PEREIRA, 2005, p.8)

Desde seus primeiros chutes, passando pelo trauma da Copa do Mundo de 1998 e a consagração no Mundial de 2002, até a aposentadoria, Ronaldo teve sua trajetória marcada por narrativas de superação. Essa é sua virtude heroica mais exaltada. Com trechos de publicações de “O Globo”, “Jornal do Brasil” e “LANCE!”, veremos como a compreensão de seu mito foi modificada ao longo do tempo. Se num primeiro instante o ídolo ainda não estava concretizado, por não ter sido rebaixado a mortal e ressurgido novamente, na última fase ele já havia colecionado diversas situações semelhantes.

Será também interessante observar como suas provações e metas foram espetacularizadas pela mídia. Isso é essencial para compreender melhor não só a construção do mito do “Fenômeno”, mas também seu potencial para se consumido como referência pela população brasileira, “identificada” com o mesmo.

##### **4.1 A humanização do herói**

Como já dito anteriormente, o culto ao biográfico tem sido cada vez mais incorporado ao enunciado jornalístico, e a cobertura esportiva não fugiu desse processo. Com isso em mente, percebemos como as narrativas criadas em cima dos principais momentos da carreira de Ronaldo foram fundamentais para estabelecer sua representação de ídolo na mídia, atribuindo um sentido heroico a determinadas passagens. Nessa parte do trabalho, analisaremos algumas narrativas dessas estabelecidas e o discurso por trás delas.

A passagem sombria de Ronaldo pela Copa do Mundo de 1998 teve um outro caráter mítico antes de ser concebido como um dos tantos “ventres da baleia” enfrentados pelo

jogador, segundo a teoria de Joseph Campbell. Para explicar o surpreendente fracasso da Seleção Brasileira na França, muitos integrantes da mídia determinaram como vilão a mercantilização do futebol. É dizer, os brasileiros acreditaram (e foram levados a tal) que a perda do pentacampeonato teve relação com o complexo mundo dos negócios do esporte, por desejo de alguma companhia:

A construção mítica da derrota na França tocou em aspectos paradoxais que permeiam, de forma implacável, o espetáculo esportivo moderno. Afinal, trata-se de um evento que combina imagens e atitudes aparentemente antagônicas que nos remetem à ideia ora de lucro, ora de paixão, ora de profano, ora de sagrado. Só que com a derrota, o imaginário coletivo brasileiro concentrou o seu foco primordialmente no lucro e no profano (HELAL, 1998, p.145)

Só que a narrativa da derrota não se sustentava sozinha. Ela necessitava de um ídolo, figura fundamental na produção dos eventos de massa. Quem melhor naquele momento do que Ronaldo, eleito em 1996 e 1997 o melhor jogador do planeta? Afinal, ele sucumbira na última partida, contra a França, diante da representação do herói nacional que havia sido criada sobre ele. Mas a construção disso tudo começou bem antes do jogo no estádio Saint-Dennis, que terminou com a derrota por 3 a 0. Ao longo do Mundial, o atacante foi o centro das atenções da mídia. Isso porque demorou para apresentar seu melhor futebol, levantando assim questionamentos sobre suas reais condições físicas, psicológicas e emocionais para ser o grande protagonista da Copa. “A juventude, o intenso assédio da imprensa e dos fãs, a fama e a riqueza precoce, quando citadas, ganhavam contornos míticos que faziam de Ronaldinho um ser ainda mais especial, capaz de realizar façanhas inéditas que até então nenhum outro tinha conseguido” (HELAL, 1998, p.146). De qualquer forma, após a Seleção passar pela Holanda na semifinal, a narrativa ganhou características míticas em cima de Ronaldo:

Ao mesmo tempo em que driblava zagueiros, marcava gols e fazia jogadas inesquecíveis, Ronaldinho se acostumou a ouvir todo tipo de crítica. (...) A resposta aos críticos - muitos deles, exagerados - veio após os 120 minutos jogados contra a Holanda(...)Ronaldinho sabe que sempre esteve ligado a cobranças. O falatório em torno de seu nome aumentou na Copa. Praticamente todas as revistas esportivas da Europa estampam a foto do craque na capa. “Aprendi a conviver com cobranças. Foi assim quando fui para o Internazionale. Diziam que eu não me adaptaria ao estilo do futebol italiano, que tem marcação mais dura que na Espanha” (Jornal do Brasil apud HELAL, 1998, p. 147)<sup>22</sup>

Estava montado então o palco para o novo herói nacional. Até a comparação com Romário, personagem principal da conquista em 1994, foi estabelecida. Na edição de 12 de julho de 1998, dia da decisão contra a França, o jornal “O Globo” recorreu a uma foto com Ronaldo posando próximo a um pôster de Madre Teresa de Calcutá, assim como havia feito o eterno camisa 11 quatro anos antes. Porém, como já visto no capítulo 2, o jogador sucumbiu à

<sup>22</sup> Matéria publicada no dia 8/7/1998

responsabilidade. O herói virou humano, de carne. E se antes sua força e juventude eram tratadas como virtudes, depois viraram fraquezas. Para compreender melhor, seguem abaixo trechos de jornais nos dias seguintes à queda:

O fenômeno é muito mais humano do que gostaria a brava gente brasileira. Ronaldinho sentiu a pressão de ser o melhor do mundo e estar decidindo o Mundial. Teve problemas neurovegetativos (segundo o jargão médico) que resultaram em complicações estomacais e até convulsões - tudo causado pela ansiedade (...) Aos 21 anos, o Fenômeno sentiu o peso das cobranças. A juventude do maior craque brasileiro é uma razoável explicação para seu mau desempenho (Jornal do Brasil apud HELAL, 1998, p.148)<sup>23</sup>

Solitário na concentração, Ronaldinho passava horas a fio navegando na Internet, onde entrava em grupos de conversação (...) O certo é que foi ali, diante de um computador, que Ronaldinho extravasou suas emoções em momentos de alegria e de tristeza - coisa pouco usual para um jogador de 21 anos. Por mais que gostasse de informática ou que visse naquilo uma terapia, Ronaldo fez do computador e não de algum companheiro, seu maior amigo na concentração (O Globo apud HELAL, 1998, p.148)<sup>24</sup>

Até então sem grandes provações, o herói Ronaldo é derrubado do pedestal e o mito vira mortal. O ídolo foi humanizado. Grande parte das matérias do período pós-vice-campeonato em 1998 procuraram estabelecer esse caráter sobre o jogador. Muitos se utilizaram da revelação do próprio atacante, que contou ter dormido abraçado ao pai na noite depois da convulsão. Só que, em vez de também ser eleito como um dos vilões da história, Ronaldo cumpriu seu papel de ídolo e agrupou indivíduos distintos em prol da solidarização para com seu drama. Ou melhor, mais um teste para se tornar herói: “É como se o problema de Ronaldinho aproximasse o ídolo dos fãs, que o vêem, neste momento, como um tipo comum, aumentando, assim, a identificação e lançando as bases para sua trajetória heroica” (HELAL, 1998, p.151).

## 4.2 A ressurreição do ídolo

Esse primeiro grande fracasso pela Seleção Brasileira, somado à tormenta das lesões e operações nos joelhos, já contadas no capítulo 2, permitiu à sociedade encontrar o homem no ídolo Ronaldo. "Até então não tínhamos presenciado fenômeno semelhante de narrativa mítica, iniciada de forma tão meteórica e espetacular, sem que o ídolo esportivo tivesse superado obstáculos e provações no caminho e nem ao menos tivesse conquistado um triunfo para dividir com a comunidade" (HELAL, 2002) O que foi essencial para que, na Copa do Mundo de 2002, realizada na Coreia do Sul e no Japão, fosse elaborado o novo mito do herói.

<sup>23</sup> Matéria publicada no dia 13/07/1998

<sup>24</sup> Matéria publicada no dia 14/07/1998

“Desta forma, o processo de humanização do mito elaborado pela sociedade imediatamente após o “fracasso” do craque na final da Copa do Mundo, lança as bases para uma nova narrativa mítica em torno de Ronaldinho como o herói da seleção” (HELAL, 1998, p.155).

Como bem afirmou Campbell, esse afastamento, um tipo de passagem pelo desconhecido, é necessário para o retorno do herói, já renascido. Se na Copa de 1998 Ronaldo despontou como mito – até por não ter passado ainda por alguma grande provação – no Mundial seguinte as narrativas sobre ele já apresentavam um contorno mais humano, ressaltando o discurso de desafios, superação de obstáculos. Elementos fundamentais para a construção da narrativa do herói. Na verdade, se tornou um herói ainda mais mítico e convincente. Afinal, a queda em 1998 virou depois uma provação. Assim, os registros sobre Ronaldo passaram sempre a remeter à sua biografia, seu passado, e como sua trajetória foi marcada pela superação.

Só que essas narrativas não foram estabelecidas desde o início do Mundial. Por conta do fracasso na França e das dúvidas em relação à sua real condição física, Ronaldo chegou para a disputa na Coreia e no Japão sob grande desconfiança. Por conta disso, o noticiário não colocou apenas sobre ele a responsabilidade do título. Uma prova de que a mídia tomava mais cuidado do que em 1998 e não agia sem ser de acordo com o contexto social. Mas à medida que a competição ia avançando, e nela o Brasil também, com o camisa 9 marcando gols e decidindo partidas, a cobertura esportiva passou a destacá-lo em relação aos demais, sempre contrapondo seus sucessos recentes com os sofrimentos antigos. Segundo Helal, uma estratégia para o fortalecimento da narrativa mítica: “Isto pode ser entendido como uma maneira de valorizar a superação de obstáculos no caminho do candidato a herói” (HELAL, 2002, p.13). Uma medida para tal era reproduzir os comentários sobre o assunto feitos pelo próprio jogador:

Por passar pelo que passei, sinto-me um vencedor. Só o fato de poder entrar em campo e treinar todos os dias é uma felicidade e uma grande vitória para mim. Mas ainda tenho que correr atrás do tempo perdido. Para isso, quero ser campeão do mundo e bater a marca dos quatro gols da última Copa do Mundo (O Globo apud HELAL, 2002, p.13)<sup>25</sup>

Esse trecho ilustra bem a questão da superação de obstáculos, recordes, e a promessa do pagamento de uma dívida. O segundo ponto nos remete ao papel do herói, segundo Joseph Campbell, de redimir sua sociedade. No caso de Ronaldo, de conquistar a taça da Copa do Mundo. Vejamos mais um exemplo de narrativa nesse sentido:

---

<sup>25</sup> Matéria publicada no dia 11/06/2002

A Copa do Mundo de 2002 pode ficar marcada pelo ressurgimento de Ronaldinho para o futebol. Não que o atacante tivesse dúvidas sobre a sua recuperação, apesar dos graves problemas físicos que teve de superar, mas ele precisava passar pela dura prova do Mundial e mostrar de vez que pode ser de novo o Fenômeno como ficou conhecido no mundo (Jornal do Brasil apud Helal, 2002, p.13)<sup>26</sup>

Percebe-se, portanto, a relação entre o que Ronaldo fazia dentro de campo com o discurso midiático. Essa aproximação foi fundamental para a construção da narração mítica, já que a cobertura esportiva, por mais liberdade que tenha em relação às outras editorias e maior tato com a paixão, precisa se sustentar em algo concreto. É o que Helal considera como habilidade do “objeto mitificado”, capaz de produzir esse sentido heroico. “Por mais óbvio que possa parecer, esta evidência demonstra que, mesmo poderosa, a mídia, neste caso, os jornais, tem limites que a impedem de ser construtora absoluta de toda e qualquer narrativa mítica” (HELAL, 2002, p.14).

Ao garantir a Seleção Brasileira na decisão do Mundial de 2002, com um gol decisivo na semifinal diante da Turquia, Ronaldo voltou a ser tratado como fenômeno. A manchete do Jornal do Brasil no dia seguinte (26/6/2002) foi: “Destaque do Brasil: Ronaldo. O ‘Fenômeno’ reviveu Romário e decidiu”. Essa foi apenas uma das diversas demonstrações das narrativas míticas construídas a partir daquele resultado. Sempre colocando no mesmo andar os feitos espetaculares com os dramas da Copa de 1998 e as lesões. Até a comparação com Romário refletia a estratégia da mídia: “Lembrar de um herói de uma conquista de Copa de Mundo para falar de Ronaldinho é mostrar confiança no potencial do candidato ao posto.” (HELAL, 2002, p.15). Observemos agora um trecho de uma matéria da véspera da grande final contra a Alemanha:

O fantasma da Copa do Mundo de 1998, materializado na convulsão que quase deixou Ronaldinho fora de combate no jogo final contra a França, se transformou no assunto recorrente na véspera da decisão com a Alemanha. (...) Ronaldinho tem como objetivo deixar seu nome marcado nesta Copa. ‘Sabia que jogaria outra final. Trabalhei muito duro para isso. Tento não associar essa decisão com o que aconteceu há quatro anos. É outra história, que, esperamos, vai ter também um desfecho diferente’ (Jornal do Brasil, apud HELAL, 2002, p.15)<sup>27</sup>

Mas nada poderia ter proporcionado um desfecho tão grandioso – e, porque não, heroico – naquele 30 de junho, no estádio Yokohama. Com dois gols de Ronaldo, o Brasil venceu a Alemanha e conquistou a Copa do Mundo, pela quinta vez em sua história. O atacante foi o artilheiro da competição, com oito gols. A careca com um topete a la Cascão na frente tomou conta do noticiário. Nos momentos seguintes, a cobertura esportiva concentrou suas forças para produzir narrativas que ressaltassem a capacidade de superação de Ronaldo,

<sup>26</sup> Matéria publicada no dia 16/6/2002

<sup>27</sup> Matéria publicada no dia 29/6/2002

tendo como ponto de partida o Mundial de 1998, “já que foi ali que ocorreu o processo de humanização do mito, fundamental para estreitar a identificação com os fãs” (HELAL, 2002, p. 16). No dia pós-jogo, 1º de julho, a manchete do Jornal do Brasil foi “Ronaldinho vira o jogo para sempre”, immortalizando o mito do Fenômeno. Também faz assim “O Globo”, no seguinte trecho:

Além de voar, o homem sempre alimentou o sonho de fazer o tempo voltar. Ronaldo, autor dos gols do título, conseguiu. Ele superou os traumas do passado e está nas nuvens. Quatro anos após a derrota na final contra a França, o Fenômeno recuperou em grande estilo a taça perdida. Foi o artilheiro do Mundial com oito gols, quebrando o recorde de sete, do polonês Lato, que durava desde 1974 (...) (O Globo apud Helal, 2002, p.17)<sup>28</sup>

E ainda em outra matéria daquela edição especial sobre o penta no Japão:

O supercraque – que, com 12 gols em Copas do Mundo, igualou a marca de Pelé na seleção brasileira – mostrou que, com a mente focada num objetivo, ninguém o segura. Ao ser perguntado se antes da final vinha a sua cabeça os problemas que teve na Copa da França, não titubeou: Estou vivendo a Copa do Mundo do Japão e Coréia do Sul. A da França e o que aconteceu nela são coisas do passado para mim. E foi o que se viu: um jogador de raríssimo talento, ultra concentrado no ofício (O Globo apud Helal, 2002, p.17)<sup>29</sup>

Ambos os periódicos exaltam de maneira “espetacular” o poder de superação de Ronaldo sobre seus obstáculos, sendo a maior das provações dessa narrativa mítica e biográfica a derrota na França, e a partir dali constroem novos sentidos ao mito “A narrativa midiática da trajetória mítica em torno da figura de Ronaldinho nos mostra que estamos diante de uma relação dialética e dinâmica entre as ações do “objeto mitificado” – Ronaldinho -, o contexto social e o discurso do noticiário impresso – por sua vez também gerador de contextos” (HELAL, 2002, p.17).

#### **4.3 Em busca de nova superação**

Passados quatro anos, o cenário para Ronaldo na Copa da Alemanha era bem diferente. Nesse período entre Mundiais, o atacante se transferiu para o Real Madrid (ESP), por cerca de R\$ 80 milhões, para ser mais uma das estrelas do time galáctico. Apesar do bom início, com dois gols na estreia pelo clube espanhol e a conquista do Mundial de Clubes no fim de 2002, além de ter sido eleito pela terceira vez o melhor jogador do planeta, o Fenômeno não teve o brilho que se esperava em Madri. Muito devido ao fracasso do projeto galáctico no plano geral: se as receitas de marketing explodiram após a contratação de

<sup>28</sup> Matéria publicada no dia 1/7/2002

<sup>29</sup> Matéria publicada no dia 1/7/2002



grandes craques, por outro lado o retorno em campo foi baixíssimo. Foi nessa fase no Real que a vida noturna de Ronaldo começou a ganhar crescente destaque na cobertura esportiva (como visto anteriormente), sobretudo nos principais periódicos da capital espanhola, o “As” e o “Marca”.

Por conta disso, da variação constante de peso e de alguns incidentes – incluindo aí uma discussão pública com o então presidente Lula -, o camisa 9 da Seleção Brasileira chegou em 2006 sob certa desconfiança. Mas a equipe de Carlos Alberto Parreira vinha de bons resultados e Ronaldo estava próximo de quebrar mais um recorde, o de maior artilheiro de todas as Copas, o que lhe garantia relativo apoio popular. Além disso, dividia a responsabilidade de título com outros nomes fortes, como Adriano, Kaká e Ronaldinho Gaúcho. Este último, em fase magnífica pelo Barcelona (ESP). Esse conflito ficou evidente na matéria de apresentação do diário “LANCE!” para a partida entre Brasil e Croácia, a estreia verde-amarela no torneio. A publicação ressaltou a capacidade de superação do craque, mas também colocou sob suas costas o peso de um possível resultado ruim por conta dos desvios ao longo da trajetória.

Ronaldo está gordo? Ronaldo perdeu alguns dias da preparação por causa das seis bolhas no pé? Ronaldo ficou gripado e teve febre? Ronaldo curtiu noitadas em alguns dias de folga? Tudo isso aconteceu desde que começou a preparação da Seleção para a Copa. Ronaldo pode até não estar com 100% de suas condições, mas para o mundo do futebol o craque ainda é um Fenômeno, o maior candidato à artilharia (...)Os oito gols marcados na Copa do Japão e da Coréia, em 2002, que o levou ao topo da artilharia mesmo depois de ter enfrentado dois anos de lesões e cirurgia nos joelhos, podem explicar a confiança incondicional dos fãs (LANCE!, Rio de Janeiro, p.7)<sup>30</sup>

Aliás, a questão do peso de Ronaldo, um dos integrantes do tão exaltado “Quadrado Mágico”, nortearia a cobertura da Seleção Brasileira durante aquela Copa. Ora com tom sério, ora como instrumento de brincadeira – um diferencial do LANCE!, menos rígido editorialmente do que outros veículos de comunicação de cunho esportivo. Um bom exemplo foi a capa em 23 de junho de 2006, um dia após a goleada por 4 a 1 sobre o Japão, na última rodada da primeira fase: o título resumiu bem o momento “Vale quanto pesa”, em cima de uma foto do gol de cabeça anotado pelo camisa 9. Naquele jogo, o atacante marcou dois gols e passou a somar 14 em Copas do Mundo, deixando para trás outro ídolo esportivo nacional, Pelé, e empatando com o alemão Gerd Müller. Outra matéria de suporte dentro daquela edição dá melhor dimensão:

Depois de sofrer muitas críticas da imprensa de todo o mundo desde a estreia do Brasil na Copa, contra a Croácia, Ronaldo se redimiu e virou o destaque dos noticiários de forma positiva. Com os dois gols marcados contra o Japão, o

<sup>30</sup> Matéria publicada no dia 13/6/2006

Fenômeno igualou o recorde do alemão Gerd Müller, com 14 gols em Copas, e hoje é manchete em todo o planeta (LANCE!, Rio de Janeiro, p. 23)<sup>31</sup>

Percebe-se já aqui novamente a construção de uma narrativa mítica em torno de Ronaldo, sempre usando como referência elementos de seu passado, seja recente ou mais remoto – daí a importância da compreensão do papel biográfico no jornalismo. Se antes os obstáculos eram as lesões ou o trauma de 1998, agora eram a briga com a balança e a capacidade de atender às expectativas depositadas sobre ele e toda a equipe. Essa cobrança, fruto dos recentes resultados da Seleção e da qualidade de alguns jogadores, foi recaindo cada vez mais em cima de Ronaldo, já que os outros (leia-se Ronaldinho Gaúcho, Adriano e Kaká), não tinham boas apresentações. De qualquer forma, o atacante conseguiu um de seus objetivos na Alemanha, se tornar o maior artilheiro da história das Copas, ao marcar um dos gols da vitória sobre Gana, já pelas oitavas de final da competição. Um feito muito festejado pela imprensa brasileira. A capa do LANCE! no dia seguinte deu grande destaque à jogada, e também duas páginas para a façanha do Fenômeno. “Não há ninguém à frente de Ronaldo (...) Com o mau início no Mundial, chegaram a acreditar que o recorde do alemão não seria alcançado pelo atacante. Agora, já cogitam o Fenômeno para a artilharia do torneio, como em 2002” (LANCE!, Rio de Janeiro, p.10).<sup>32</sup>

O problema é que na etapa seguinte da Copa do Mundo o Brasil de Ronaldo teria novamente pela frente a França, adversário na traumática derrota na final de 1998. O episódio da convulsão foi lembrado pela maior parte da cobertura esportiva mundial, a fim de reconstruir em 2006 mais uma narrativa mítica. A seleção francesa era o novo (e velho) obstáculo na trajetória do herói. Apesar disso, o Fenômeno evitou revanchismo. “Não vejo como vingança. Vamos encarar como uma final. O que temos de fazer é jogar bem e arrebentar, independentemente do que aconteceu em 98” (Baile para a história, LANCE!, Rio de Janeiro, 28/6/2006, p. 11). Consequência disso ou não, a apresentação da partida pelas quartas de final não teve como foco o reencontro entre Ronaldo e os Les Bleus. No LANCE!, houve uma página exclusiva para o confronto entre os dois países, afirmando que a França poderia se tornar o maior carrasco do Brasil em Mundiais. Em outra, sobre o Fenômeno, o assunto principal era a possibilidade de ele disputar a Copa do Mundo de 2010. De qualquer forma, a primeira provação do ídolo foi lembrada: “(...)Ronaldo parecia estar desmotivado. Mas reagiu, fez três tentos em dois duelos, se tornou o maior artilheiro da história das Copas, com 15 gols, e está de sorriso aberto. Mas será que ele pode se abalar com lembranças da

<sup>31</sup> Matéria publicada no dia 23/6/2006

<sup>32</sup> Matéria publicada no dia 23/6/2006

crise de convulsão que teve no dia da final da Copa de 1998, contra a mesma França?” (LANCE!, Rio de Janeiro, p. 12).<sup>33</sup>

Passadas 24 horas, veio o show de Zidane em Frankfurt, o gol de Henry no segundo tempo, e conseqüentemente, a eliminação da Seleção Brasileira. O sonho do hexa desabou. E com ele, uma chuva de críticas. Um time que entrou como o grande favorito para faturar o título caiu precocemente, sem de longe conseguir exibir o futebol que se esperava. Como sempre acontece em Copas, não são os outros que vencem, mas o Brasil que perde. E já que o futebol é considerado parte fundamental do conceito de “identidade brasileira”, qualquer fracasso ganha proporções fora do normal:

A Copa do Mundo é um excelente momento para se refletir sobre o significado do futebol no Brasil, já que, nesta época, as manifestações deste esporte tornam-se muito mais intensas e dramáticas (...) De fato, neste período, alternamos estados de êxtase e de agonia e invertemos muito dos valores do nosso cotidiano (HELAL, 1998, p.143)

A justificativa desta vez foi a falta de comprometimento do grupo, repleto de jogadores já consagrados internacionalmente, com a “missão nacional”. Se antes o clima de festa durante a preparação era visto como o retrato da alegria do povo, após a derrota para a França passou a ser tratado como desleixo, e até desrespeito com a sociedade brasileira. No dia 2 de julho, o LANCE! usou como capa uma foto de Ronaldinho Gaúcho, ao lado do título “Faltou vestir a camisa”. Logo abaixo, um editorial procurava retratar o sentimento da população. Seguem abaixo alguns trechos:

Poucas vezes uma seleção chegou tão favorita a uma Copa. Ao Brasil caberia apenas cumprir a tabela e, no dia 9 de julho, botar de novo a mão na taça. Esse clima se espalhou pelo país. A imprensa, a torcida, todo mundo entrou na onda. Paulistas, cariocas, mineiros se entregaram à Seleção – ainda que fosse uma seleção de “estrangeiros”, ainda que tenha desde o primeiro dia de treino preferido a frieza dos castelos suíços ao calor do nosso povo. A torcida acreditou. E, em troca, pediu o mínimo: dedicação, raça, amor à camisa amarela. (...) Perder faz parte do jogo. (...) Mas talento não basta para ganhar jogo. É preciso ter vontade de vencer. E vergonha de perder. (LANCE!, Rio de Janeiro, p.1)<sup>34</sup>

Vale lembrar aqui a busca e capacidade do enunciado jornalístico de criar novos sentidos e significados para determinados acontecimentos e/ou personagens. Com a mesma habilidade que elevou esta Seleção de 2006 ao patamar dos grandes mitos (mesmo antes da bola rolar) também a derrubou e destituiu os ídolos de seus lugares. Ronaldo sucumbiu com o resto do time, mas não foi alvo único como em 1998. Até porque o herói conseguiu superar novamente uma série de obstáculos (equipe sem rumo, forma física inadequada etc) e alcançar outra façanha, a de se tornar o maior artilheiro da história de todas as Copas. O que criou um

<sup>33</sup> Matéria publicada no dia 1/7/2006

<sup>34</sup> Matéria publicada no dia 2/7/2006

novo mito. Tanto que depois da derrota em Frankfurt ele começou a ser perguntado se disputaria uma nova edição do torneio. Mas sem, claro, deixar de ouvir comentários a respeito de seu peso: “O atacante, que começou a preparação com 94,7kg, como informou o LANCE!, termina a competição com menos de 90kg (tinha 90,5kg no dia 21), mas ainda oito quilos, no mínimo, a mais do que tinha na final de 2002.” (Guerreiros e imortais, LANCE!, 2/7/2006, p. 12). Nesta narrativa construída em 2006, o ídolo foi tombado de uma forma diferente da de 1998, menos dramática e espetacularizada. De qualquer forma, sua biografia foi mais uma vez recordada durante a Copa, principalmente no quesito de superação e do trauma em relação ao confronto contra a França de Zidane.

#### **4.4 A consagração no Brasil**

Outra fase importante da carreira de Ronaldo para este trabalho foi seu começo no Corinthians. Desta, vamos destacar dois momentos: sua chegada e sua melhor exibição em campo. Depois de se lesionar gravemente outra vez, (já vista anteriormente) o atacante acertou no início de 2008 sua transferência para o clube paulista. Era o retorno ao Brasil após 14 anos na Europa, e uma contratação que mudaria o patamar do mercado do futebol nacional (tema a ser melhor abordado no próximo capítulo). O impacto foi tão grande que a imprensa carioca se viu obrigada a dar mais espaço ao assunto, teoricamente, de outro estado. Mesmo fora de forma e ausente dos gramados, Ronaldo ainda tinha enorme popularidade, consequência da imagem de ídolo construída ao longo dos anos. O jogador seria apresentado à torcida corintiana apenas no dia 12 de dezembro, mas já havia torcedores ansiosos na véspera:

A agitação que Ronaldo causou reflexo no Parque São Jorge desde terça-feira, quando o Fenômeno foi anunciado como reforço para 2009. Ontem, não apenas pela troca de alimentos por ingressos, muitos dirigentes, sócios, torcedores e antigos ídolos compareceram ao Parque São Jorge (LANCE!, Rio de Janeiro, p.17)<sup>35</sup>

Não se tratava da chegada de qualquer jogador de futebol. Além de sua capacidade técnica e currículo, Ronaldo sempre foi um ídolo-celebridade de alcance internacional. Da era globalizada, o maior deles. O cenário da entrevista coletiva naquele primeiro dia com a camisa do Corinthians deixou isso claro, evento esse que foi transmitida (ou espetacularizada) para e por diversos países:

Ronaldo entrou no anfiteatro do Parque São Jorge sereno. Acompanhado do presidente do Corinthians, Andrés Sanchez, do diretor de marketing Luís Paulo Rosenberg e de mais uma dezena de pessoas, sorriu, levantou a sobancelha e até torceu a boca como se estivesse surpreso com os mais de 400 jornalistas, alguns

---

<sup>35</sup> Matéria publicada no dia 12/12/2008

estrangeiros, que o esperavam para o evento. Nada menos do que oito canais de TV apresentaram ao vivo sua primeira entrevista coletiva como jogador do Corinthians. Correspondentes de agências e jornais internacionais, como Ansa, Associated Press, Reuters e Al Jazeera, transformaram o burburinho em uma pequena Torre de Babel (LANCE!, Rio de Janeiro, p.12)<sup>36</sup>

Era o prólogo de uma nova narrativa mítica na carreira de Ronaldo. Ou melhor, mais um ciclo dentro de uma grande história. Agora ele tinha como principais obstáculos superar a própria capacidade de superação física, a pressão de um grande clube brasileiro, a readaptação ao futebol nacional, e a toda a expectativa de torcedores e imprensa locais sobre ele. O mito do Fenômeno se tornava cada vez mais o mito da “ressurreição”, do “ressurgimento”. Ao aliar sua imagem a um clube de massa, ele também reforçava a representação de um ídolo popular. O atacante fez boas apresentações durante o Campeonato Paulista de 2009, mas foram as atuações na decisão contra o Santos que o recolocaram novamente num patamar diferenciado. Na crônica do primeiro jogo, com vitória do Corinthians por 3 a 1, realizado na Vila Belmiro, o jornalista Mauro Beting estabeleceu na crônica da partida uma comparação entre o camisa 9 e o Rei Pelé, algo que não acontecia desde 1998. Na segunda parte do trecho abaixo, ele faz uma referência à constante reconstrução do biográfico de Ronaldo.

No estádio, o Santos tinha Pelé; no campo, o Corinthians tinha Ronaldo. No futebol de hoje, basta. No futebol de qualquer tempo, o segundo gol dele é de Pelé. (...) O jogo acabou ali. O sonho santista, talvez. A questão é que o camisa 9 que mais uma vez faltou ao Santos sobrou ao Corinthians. Aquele que insiste em terminar quem acha que Ronaldo acabou (LANCE!, Rio de Janeiro, p.18)<sup>37</sup>

O dia seguinte também foi emblemático por evidenciar a compreensão que o próprio Ronaldo tem da espetacularização (e da “mutação”) de sua imagem, e da constante modificação que sua biografia sofre, por conta da recorrente aparição no jornalismo. “Ao longo dos anos, com os gols, fui ficando bonito, né? (risos). Tem gosto para tudo. A cada gol que faço emagreço um quilo, fico mais bonito e espero que assim fique durante muito tempo, até eu sumir de tanto emagrecer (risos)” (Ronaldo Radiante, LANCE!, Rio de Janeiro, 28/4/2009, p.18). Naquela mesma coletiva, o próprio jogador aproveitou para rebater os questionamentos que sofrera ao regressar ao Brasil e, conseqüentemente, reforçar o mito do Fenômeno, o mito da superação: “Esse tipo de comentário não tinha fundamento, não teve critério para ser feito, mesmo com o meu histórico de conquistas, de superação. Tive de ouvir tudo isso e no entanto a história mudou. Provei que não é isso e essas pessoas seguem falando besteiras” (LANCE!, Rio de Janeiro, p.18)<sup>38</sup>. Todo mito precisa de ações.

<sup>36</sup> Matéria publicada no dia 13/8/2008

<sup>37</sup> Matéria publicada no dia 27/4/2009

<sup>38</sup> Matéria publicada no dia 28/9/2009

#### 4.5 Epílogo do mito Fenômeno

Chegamos aos últimos capítulos das narrativas míticas sobre Ronaldo. Um de alto teor dramático, e outro mais célebre e biográfico. Após a desclassificação do Corinthians na Copa Santander Libertadores de 2011 ( e um ano de 2010 marcado por pequenas lesões), com direito a protesto violento da torcida no Centro de Treinamento Joaquim Grava, o atacante anunciou sua aposentadoria, no dia 14 de fevereiro. “Como vocês devem imaginar, (...) eu estou aqui hoje para falar que estou encerrando minha carreira como jogador profissional”, disse o Fenômeno, logo em sua primeira frase. Os motivos da decisão foram as não mais suportáveis dores e um até então desconhecido caso de hipotireoidismo, que o atrapalhava a controlar o peso. Emocionado, o jogador concentrou seu discurso no agradecimento.

Como praticamente tudo na carreira de Ronaldo, o anúncio foi espetacularizado de forma incessante nos dias seguintes. Um evento que virou mercadoria e seguiu a lógica de Debord, em “A Sociedade do Espetáculo”: “O espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social. Tudo isso é perfeitamente visível com relação à mercadoria, pois nada mais se vê senão ela: o mundo visível é o seu mundo” (Guy Debord, 2003, p.24). Não só cada palavra como cada imagem foi reproduzida de forma contínua, como também repercutida em escala global. Tanto o portal UOL como o LANCENET! publicaram notas sobre as manchetes estrangeiras a respeito do assunto, além de comentários de jornalistas. Ao construir uma nuvem de tags da entrevista coletiva de Ronaldo, o UOL evidenciou que as palavras mais utilizadas foram “Corinthians”, “agradecer” e “carreira”. Ao se analisar isso, percebe-se mais uma vez a construção de uma narrativa biográfica, além da busca pela associação com a humildade, valor tão entranhado no conceito de ídolo brasileiro.

O slogan “Para sempre Fenômeno”, lançado no Twitter poucos instantes depois do início da coletiva, ocupou o terceiro lugar mundial dos Trending Topics em pouco mais de uma hora, com a hashtag #prasemprefenomeno. Outros detalhes interessantes foram a elaboração de diversas galerias de imagem da carreira do jogador (enunciado biográfico novamente em ação na cobertura esportiva), a presença dos filhos dele no evento e a pluralidade de publicações que vieram a seguir – desde comentários de outras celebridades sobre a novidade, passando pelo passado de Ronaldo e análises de seu desempenho futebolístico, até a entrevista na íntegra, com 30 minutos de duração.

Mas a aposentadoria não estava “completa”. Faltava ainda a despedida da Seleção Brasileira, pela qual havia vivido suas maiores glórias e derrotas. A data escolhida foi 8 de julho. Porém, já antes disso, o assunto ia tomando conta do noticiário esportivo. Tanto que sua

participação no treino de véspera, já no Pacaembu, ganhou destaque nos programas noturnos e também no dia seguinte. Para apresentar o amistoso com a Romênia, o LANCE! utilizou como gancho o fim da Era Ronaldo, e o início da Era Neymar. De qualquer forma, o material como um todo esteve voltado para o mais veterano. O objetivo foi ressaltar a biografia do ex-jogador e construir o epílogo do mito do Fenômeno, se utilizando de termos como “antológicos”, “geniais” para seus feitos. Numa página dupla, através de um infográfico, o diário dá destaque a grandes momentos de sua carreira, como o trauma das lesões, o “ventre da baleira”, e a conquista da Copa de 2002, considerado como a ressurreição do herói.

Chegou a noite e o Pacaembu lotou. Mais de 30 mil presentes (cerca de R\$ 4 milhões de renda) para assistir *in loco* a última aparição de Ronaldo como jogador. Só que isso não aconteceu desde o primeiro minuto do amistoso com a Romênia. Enquanto a Seleção Brasileira fazia seu último jogo antes da Copa América, o Fenômeno se aquecia nos vestiários – o que era exibido repetidamente no telão do estádio. Aos 27 minutos, ele aparece à beira do campo e, aos 30, substitui Fred. Euforia nas arquibancadas. As lentes agora estão todas viradas para Ronaldo. Mais uma vez. Apesar de fora de forma, ele procura participar das principais jogadas do time e até recebe três boas oportunidades para marcar. Porém, a pontaria não é mais a mesma. Igual, só a força de sua imagem, espetacularizada até mesmo quando aposentado. Uma despedida transmitida por todos os meios, de todos os modos. Se o herói já não tinha o mesmo poder de representatividade, pelo menos a celebridade continuava em alta.

Após 17 minutos, o árbitro encerra o primeiro tempo. E Ronaldo, sua trajetória na Seleção. Os jogadores de ambos os times se posicionam e armam um corredor para ele passar e, ao som de “Deixa a vida me levar”, Ronaldo chega até um púlpito. O discurso é simples, mas emotivo: “Tive três chances de gol, mas não consegui fazer, me desculpem. O meu muito obrigado por tudo que vocês fizeram por mim na minha carreira inteira. Quando chorei, vocês choraram. Quando sorri, vocês sorriram. Até breve, mas desta vez fora dos campos”, declarou naquele momento ex-atacante. Em seguida, acompanhado do filho Ronaldo, ele dá uma volta olímpica em torno do gramado do Pacaembu. Atrás deles, voluntários carregam estandartes de seus 15 gols marcados em Copas do Mundo. Além deles, uma enxurrada de fotógrafos, tentando capturar o instante que retratasse melhor o contexto.

Ao fim daquele momento, toda a cobertura da partida em si e do evento “despedida de Ronaldo” procuraram ressaltar não aquela determinada noite de junho, mas sim toda a carreira do jogador. Lembrar de seus altos e baixos, os obstáculos superados e as grandes façanhas. Enfim, construir mais uma narrativa mítica sobre o herói Fenômeno, o ídolo brasileiro.

## **5. Ronaldo: ídolo, celebridade e empresa**

A meta da próxima parte deste trabalho é analisar como Ronaldo, além de ídolo, também foi celebridade. O rosto do Fenômeno foi um dos mais disseminados nas últimas décadas, alcançando reconhecimento global. Uma das consequências do trabalho de gestão de imagem realizado desde o início de sua carreira, o que lhe rendeu ótimos contratos publicitários e alto potencial mercadológico. Por outro lado, Ronaldo teve sua vida íntima tornada pública como poucos. Seus principais casos amorosos, suas extravagâncias, enfim, elementos que o voyeurismo de nossa sociedade contemporânea é ávida por, foram e ainda são divulgados constantemente. E, mais impressionante, estes não conseguiram desmorrar seu papel de ídolo e referência perante a sociedade.

Veremos a seguir que elementos permitiram a Ronaldo se tornar uma celebridade de alcance global e estabelecer um novo padrão para o mundo do esporte, no qual os atletas não são apenas competidores, mas também inerentes ao mundo da espetacularização. Para isso, será necessário antes estabelecer alguns conceitos, tendo como base o trabalho de Micael Herschmann e Carlos Alberto Messeder Pereira.

Também será contemplado um pouco de seu período pós-aposentadoria, como diretor da empresa 9ine, especializada em marketing esportivo, e também como um dos membros do Comitê Organizador da Copa do Mundo de 2014.

### **5.1 O papel de celebridade**

É como bem sugere Mike Featherstone, em “O desmanche da cultura”. Hoje vemos o surgimento de heróis híbridos e contraditórios, mas ainda com potencial na mídia de estabelecerem uma identidade nacional. E Ronaldo Fenômeno, alvo deste estudo, se enquadra nessa configuração. Aliás, ele também poderia muito bem ser classificado segundo a tipologia de celebridades estabelecida por Herschmann & Pereira: a celebridade heroica. Esta pode ser entendida como aquela que possui algumas das características dos antigos heróis, mas já adaptadas à sociedade do espetáculo. Como já apontaram Edgar Morin (1980) e Joseph Campbell (1995), enquanto a celebridade, em seu sentido mais próprio, vive somente para si, os heróis procuram agir para redimir a sociedade. Esse segundo tipo começou a ser mais difundido com o processo de visibilização e erotização do corpo masculino, principalmente nos anos de 1990 - justamente o período da ascensão meteórica de Ronaldo. A distinção dos



ídolos esportistas em relação aos demais de nossa modernidade, como artistas e músicos, também é importante porque eles têm aspectos próprios, específicos.

Enquanto os primeiros frequentemente possuem características que os transformam em heróis, os do outro universo raramente possuem estas qualidades. A explicação para este fato reside no aspecto agonístico, de luta, que permeia o universo do esporte. O “sucesso” de um atleta depende do “fracasso” do seu oponente. É uma competição que ocorre dentro do próprio universo do espetáculo. Ambos, ídolos do esporte e ídolos da música, se transformam em celebridades, porém, só os ídolos do esporte são considerados “heróis” (HELAL, 1998, p.142)

Além disso, este jogador também possui características que o remetem fortemente ao conceito de identidade brasileira, já analisadas no capítulo anterior. A imagem espetacularizada de Ronaldo também abraça o estereótipo do brasileiro comum, de origem humilde. O que lhe rende enorme potencial de consumo, já que "valorizamos, por um lado, o homem comum, especialmente aquele oriundo das minorias, que enfrenta um mundo impessoal e massificado, e, por outro, o herói que faz auto-sacrifícios" (HERSCHMANN & PEREIRA, 2005, p.56).

Na medida em que se tornava um ídolo cada vez mais vendável para o consumo dos fãs, Ronaldo viu sua privacidade minguar. Quem estava jogando não era mais o atacante, mas sim o ídolo-celebridade. Ele explodia como fenômeno dentro de campo e fora dele, estampando capas de revistas sobre os mais diversos assuntos. Não foi pouco o espaço dedicado às suas participações no Carnaval carioca, aventuras extraconjugais, velhos e novos casamentos, filhos, enfim, todo um universo que antes não era do domínio da mídia. Ele foi o marco-zero de uma transformação na qual os atletas, aqueles da disciplina e vida regrada, foram incorporados pelo mundo das celebridades.

Desportistas passam a frequentar revistas de fofocas e a ocupar um lugar de destaque em galerias de fotos nada comportadas, atualizando uma imagem do mundo dos esportes muito distinta daquela que apontava na direção do vigor físico associado ao rigor e à disciplina dos corpos (HERSCHMANN & PEREIRA, 2005, p.67)

Essa interação teve como capítulo inicial a primeira partida de Ronaldo televisionada para todo o país. Naquele 7 de setembro de 1993, ele fazia sua estreia como profissional e também para a mídia, na partida entre Cruzeiro e Corinthians, válida pelo Campeonato Brasileiro daquele ano. Apesar de ainda uma promessa, ele já era focalizado como um craque pelas câmeras das redes de televisão. Na tradicional entrevista pós-jogo, ainda no gramado, devolveu a atenção com o sorriso de sempre.

E foi através das exibições em uma dessas grandes corporações, a Rede Globo, que Ronaldo deixou de ser apenas um ídolo esportivo, mas também uma celebridade – e, claro, tirar proveito de todo o potencial que a maior empresa do ramo de comunicação no Brasil

tinha a oferecer. Afinal, foi nessa emissora que ele anunciou “oficialmente” seu casamento com Milene Domingues e que esperava um filho da ex-jogadora de futebol. Três anos após o nascimento de Ronaldo, o primogênito do Fenômeno, em abril de 2000, na Itália, o casal se separou.

Mas as jogadas de Ronaldo como celebridade vão muito além desse episódio. Ele foi a primeira pessoa a ser entrevistada ao vivo no programa “Jornal Nacional”, e também participou do seriado “Malhação” e do humorístico “Casseta & Planeta”. Antes do Fenômeno disputar a Copa do Mundo de 2006, na Alemanha, o então diretor-executivo do Globo Esporte, Marcelo Campos Pinto, conseguiu transparecer em seu discurso o motivo pelo qual sua emissora tanto investira no atleta: “O Ronaldo é sempre atração. Um jogador que marcou oito gols em uma Copa do Mundo é garantia de audiência” (*Ronaldo completa hoje 10 anos de fama*, Folha de São Paulo, São Paulo, 7/9/2003, Esportes). Mas isso não seria possível se ele próprio não tivesse desde sempre a compreensão de que sua imagem de ídolo também poderia ser transformada em celebridade, e conseqüentemente comercializada ou “vendida” aos consumidores. Foi o que confirmou J. Hawilla, dono da Traffic, empresa ex-parceira de Ronaldo, em entrevista à Folha de São Paulo: “Ele contribui muito. Porque, além de ser uma grande estrela, é moderno. Tem muita estrela que não sabe aproveitar o lado positivo da carreira. Ele é um bom produto” (Folha de São Paulo, São Paulo, Esportes).<sup>39</sup>

Como manda a cartilha da cobertura da vida das celebridades, as notícias mais divulgadas do “Ronaldo fora de campo” eram seus casos amorosos e suas extravagâncias. Uma delas ocorreu em 1998, quando comprou uma Ferrari avaliada na época em US\$ 500 mil. Devido a grande espetacularização do episódio e o confronto com o conceito brasileiro do ídolo-humilde (já citado anteriormente neste trabalho), ele se livrou pouco tempo depois do carro, pelo qual havia sonhado sempre e trabalhado muito para ter acesso. Mas sem antes revelar o desgosto pessoal sobre a repercussão:

Quando comprei a Ferrari, tinha 22 anos. Era um sonho que eu tinha desde criança. Mas te digo que esse carro me deu muito mais dor de cabeça do que prazer. Na Europa e nos Estados Unidos, quando você compra um carro bacana, as pessoas ficam felizes por você estar se realizando profissional e financeiramente. Aqui no Brasil não. É uma afronta. Dizem que é exibicionismo. É por isso que eu digo que o brasileiro não respeita seus ídolos. O brasileiro não valoriza o sucesso e o ídolo é motivo de chacota. (SOBRAL, Eliane, ISTOÉ Dinheiro, 2010)<sup>40</sup>

Mas voltemos aos romances. Ronaldo tem uma extensa – e pública – lista de mulheres com as quais já se envolveu. Desde boatos, casos, namoros até casamentos (três no total).

<sup>39</sup> Matéria publicada no dia 7/9/2003

<sup>40</sup> Matéria “Ronaldo abre o jogo”, da ISTOÉ Dinheiro, número 675, publicada no dia 15/9/2010

Várias dessas relações foram com mulheres também do círculo de celebridades. Ou pessoas que tentaram aproveitar de sua fama. Como por exemplo a dupla Nádia França e Viviane Brunieri, namoradas do Fenômeno em meados dos anos 1990. Enquanto a primeira chegou a anunciar uma gravidez, com um suposto exame de resultado positivo, a segunda criou o grupo “As Ronaldinhas” e estrelou filmes pornôs com um sócio do jogador. A produção não foi lançada por conta de um processo movido por Ronaldo. Mas a maioria de amores do craque é composta de artistas ou modelos. Casos de Susana Werner, que chegou a trabalhar na televisão, e com quem namorou entre 1997 e 1999, Raica de Oliveira, entre 2005 e 2006, e Daniela Cicarelli.

É preciso ressaltar o caso com a apresentadora dos demais por ter ocorrido com uma outra estrela que, se não do mesmo patamar, também de grande destaque na época, pelo momento de Ronaldo, em plena fase galáctica (em todos os sentidos) no Real Madrid, e também por sua efemeridade e espetacularização. Eles se conheceram em meados de 2004 e, em pouco tempo, o jogador já exibia a tatuagem feito no pulso em homenagem à amada quando comemorava seus gols pelo time espanhol. Enquanto isso, no Brasil, Cicarelli era uma das grandes atrações da MTV. O casamento foi marcado rapidamente para fevereiro de 2005. Mas não foi qualquer casamento. A cerimônia realizada no Castelo de Chantilly, na França, custou cerca de R\$ 2,3 milhões, entrando para a lista dos mais caros da história.

Em detalhes: foram utilizados cerca de 50 seguranças, com direito a batedores em motos; aproximadamente 250 convidados no salão principal, que recebeu shows do grupo mexicano Maná e do DJ britânico Fat Boy Slim; o vestido da noiva, desenhado pelo estilista italiano Valentino, saiu por não menos que R\$ 60 mil; e só no aluguel do castelo, com o segundo maior acervo de pinturas da França (só perde para o Museu do Louvre), foram gastos por volta de R\$ 70 mil. Só que nem tudo foram flores nessa relação espetacularizada. Por Ronaldo ainda não ter se divorciado oficialmente de Milene Domingues, o casamento com Cicarelli não foi oficializado nem no civil, nem no religioso. Um mês depois da festa no Castelo de Chantilly, a apresentadora sofreu um aborto. Mais dois meses e o conto de fadas entre os dois foi encerrado. Como não poderia deixar de ser, o rompimento ganhou tanto destaque nas revistas de fofoca quanto a própria união entre as celebridades. Nos meses seguintes, eles sofreram com a perseguição diária dos *paparazzis*.

Outro episódio da vida pessoal de Ronaldo espetacularizado de forma incessante foi seu envolvimento com três travestis no Rio de Janeiro, no fim em abril de 2008. Naquele período da carreira, o atacante se recuperava de uma cirurgia no joelho esquerdo, realizada após uma grave lesão no local, no dia 13 de fevereiro. Ao optar por se tratar no Brasil, ele

voltou ao foco da mídia especializada em celebridades. Na madrugada do dia 27 para 28 de abril, foi até a boate 021, na Barra da Tijuca, Zona Oeste do Rio, comemorar a conquista do Flamengo no Campeonato Carioca. Ao fim da festa, ele contratou o travesti André Luis Albertino, acreditando que fosse uma mulher. Horas e mais pessoas envolvidas depois, o travesti conhecido como Andréa Albertino acusou o jogador de não ter pago o programa. Já Ronaldo alegou ter sofrido extorsão: os três travestis teriam exigido R\$ 50 mil para não relatar o caso à imprensa. A polícia levou mais em consideração a versão do Fenômeno, que emitiu um comunicado oficial: "Diante dos últimos acontecimentos e com o objetivo de esclarecer, o atleta Ronaldo jamais foi usuário de drogas, não teve nenhuma queixa-crime registrada contra a sua pessoa e está sendo vítima de uma tentativa de extorsão." De qualquer forma, o incidente entrou para os anais da intimidade “pública” de Ronaldo.

Logo no período após o caso com os travestis, o jogador se separou da modelo Bia Antony, com quem namorava desde janeiro de 2007. Mas certo tempo depois, os dois se reconciliaram e voltaram a ficar juntos. Houve uma nova crise em 2009, mas também superada. Bia é hoje a atual esposa de Ronaldo e mãe das duas filhas do ex-jogador, Maria Sophia e Maria Alice.

Com a citação destes breves casos, percebe-se o grau de exposição da vida pessoal de Ronaldo. Um indivíduo que desde cedo na carreira conviveu com a divulgação de seus relacionamentos amorosos, sua presença em festas (Carnaval, Réveillon, o que seja), extravagâncias, entre outros assuntos. Não é toa a revista Caras possui um perfil exclusivo do ex-jogador em seu portal, atualizado constantemente com novas informações sobre sua rotina de celebridade. Aliás, Ronaldo nunca foi capa apenas de publicações esportivas. Já estampou capas da Veja, Istoé, Trip, além de ter sido eleito em 2009 pela Época uma das pessoas mais influentes do Brasil.

## **5.2 O poder e a gestão da imagem “Fenômeno”**

Ronaldo foi um craque dentro e fora do gramado. Se por seus feitos com as chuteiras ele passou a ser chamado de Fenômeno, o mesmo poderia acontecer por conta de seu sucesso de marketing. Desde o início de sua trajetória no futebol, ele teve a consciência do potencial de sua imagem, como trabalhá-la e de quem se aproximar para explorá-la da melhor maneira possível (leia-se: com quem assinar contratos publicitários). “O Ronaldo é uma pessoa extremamente inteligente, se cercou de profissionais competentes e que souberam trabalhar muito bem sua carreira”, comentou Amir Sommoggi, consultor de marketing esportivo. Além

desse tato para a publicidade, ele tem um forte lado empresarial. Foi o que confirmou Fabiano Farah, empresário do jogador há dez anos, em entrevista a ISTOÉ Dinheiro: “Ele tem um tino comercial e uma capacidade analítica muito apurados” (‘Ronaldo abre o jogo’, ISTOÉ Dinheiro, nº 675, São Paulo, 10/9/2010). O próprio Ronaldo afirmou à revista que trabalha com um grupo de 20 profissionais, entre advogados, economistas e contadores, distribuídos por Espanha, Suíça e Brasil. Essas habilidades somadas à sua capacidade de ser vendido como ídolo, por conta de diversas características já citadas neste trabalho, fizeram do ex-atacante alvo de grande interesse do ponto de vista mercadológico, mesmo com todas as lesões nos joelhos e percalços extracampo.

A primeira marca multinacional a patrocinar Ronaldo foi a Nike, gigante do setor de material esportivo. O contrato foi assinado em 1994, após a Copa do Mundo realizada nos Estados Unidos. O país é a casa da empresa, mas ainda um terreno “inóspito” para o futebol. Não à toa a Nike foi o garoto que despontava como grande sensação. De lá para cá, ele foi a estrela de um sem número de ações e propaganda veiculadas pela marca. Como seus detalhes nunca foram divulgados, especula-se que o vínculo entre as partes seja vitalício, e que Ronaldo receba anualmente cerca de R\$ 14 milhões. O Fenômeno foi tão importante para o crescimento da marca que há uma estátua sua na sede Nike, em Beaverton (EUA) além de um campo de futebol com seu nome. Ele é o único atleta entre todos os patrocinados pela gigante a ter tais honrarias.

Outra marca da qual Ronaldo ainda é garoto-propaganda, mesmo longe de ser mais um garoto, é a AmBev. Parceira do jogador também desde 1994, a empresa do segmento de cervejas e refrigerantes recorre a ele geralmente para anúncios da Brahma e do Guaraná Antártica, sempre fazendo a ligação entre o mito do Fenômeno, a Seleção Brasileira e seu papel de ídolo perante a população. Além da AmBev e da Nike, as outras principais patrocinadoras de Ronaldo são a Claro (R\$ 4,4 milhões/ano), a Hypermarchas (R\$ 15 milhões/ano) e a Vale (R\$ 6,2 milhões/ano). Os valores citados anteriormente foram estipulados pelo mercado publicitário e são referentes à apenas uma campanha. Ou seja, o faturamento do craque-empresário pode ser muito maior.

Para se ter melhor ideia do valor que Ronaldo agrega à uma marca, vejamos o crescimento de faturamento do Corinthians no período em que ele atuou pelo clube paulista. Em 2008, último ano sem a presença do camisa 9, o Timão obteve R\$ 117,521 milhões. Já ao fim de 2009, faturou R\$ 181,042 milhões – aumento de 54%. Em 2010, ano do centenário, a quantia arrecada foi de R\$ 212,633 milhões, ou seja, crescimento de 17%. Em 2011, último ano do Fenômeno no Parque São Jorge, o faturamento foi de R\$ 270 milhões (aumento de

27%), um recorde no mercado do futebol brasileiro. Os números foram solicitados e divulgados pelo clube. A arrecadação envolveu venda de atletas, licenciamento de produtos, patrocínios, renda de bilheteria e cotas de televisão. “Acredito que a soma de forças: Ronaldo+Corinthians, foi fundamental nesse processo. Além disso, o Brasil é muito carente de ídolos no futebol, e um projeto bem estruturado como foi, caiu como uma luva para o mercado brasileiro”, analisou Sommoggi.

Mais quais são os segredos para o brilhantismo de Ronaldo também no campo do marketing? Em primeiro lugar, foi um vencedor, tanto coletivamente como individualmente. Foi eleito três vezes o melhor jogador do mundo pela Fifa (1996, 1997 e 2002), maior artilheiro da história das Copas, com 15 gols, bicampeão mundial pela Seleção Brasileira, levantou títulos por todos os clubes onde passou...Não faltam conquistas no currículo do Fenômeno, o que contribui e muito para a força da marca. Em seguida, veio a capacidade – e também a sorte – de assimilar características consideradas essenciais para ser ídolo do “brasileiro comum”. Isto é, criou uma imagem altamente consumida pela população, que estabeleceu maior empatia para com ele, por conta também da trajetória difícil e das superações, contadas através de diversas narrativas míticas. Essa idolatria o “blindou” de ser afetado pelos problemas extracampo, como sua conduta em relação à bebida, fumo, relações extraconjugais e outros assuntos que facilmente derrubariam uma outra celebridade. Por último, mas não menos importante, a inteligência para gerir sua imagem durante toda a carreira, com as seguintes condutas, de acordo com Amir Sommoggi: “Saber se posicionar como um cidadão do bem, ser uma marca forte, atrelada a valores positivos, foco em projetos sérios e especialmente saber agregar valor para as marcas que o patrocinam”.

Além de seu extraordinário talento, o que o singulariza dos demais “astros” de sua geração, Ronaldinho tornou-se “fenômeno”, por ter construído em tão pouco tempo de vida, uma trajetória marcada por contratos milionários e uma expressiva popularidade internacional (HELAL, 1998, p.144)

Parte dessa popularidade foi construída através de ações humanitárias. Ainda com 22 anos, em 1999, o então jogador doou ao Instituto Nacional do Câncer (INCA) cerca de R\$ 30 mil, quantia que havia ganhado com a conquista da Copa América daquele ano. Visita essa que foi veiculada no Jornal Nacional. Ainda naquele ano, Ronaldo viajou para Kosovo (hoje um país, mas na época pertencente à Sérvia) interagiu com a população local, marcada pelos traços da guerra, e contribuiu com um cheque de aproximadamente R\$ 53 mil. Em entrevista às “Páginas Amarelas”, em 2000, ele revelou que a ideia de ir até o local havia sido de seu assessor, Rodrigo Paiva, e deixou evidente a consciência que tinha daquela ação como benefício para si próprio em termos mercadológicos.

Essa viagem foi uma das coisas mais emocionantes da minha vida. Fiz aquela doação de 30.000 reais e todo mundo falou, mas ninguém sabe que eu já tinha dado 80.000 reais. Antes eu fazia tudo na moita, sem publicidade. Agora aprendi que fazer publicidade das minhas caridades tem seu lado bom. (OYAMA, Thaís, Veja, Rio de Janeiro, 2000)<sup>41</sup>

Pouco tempo depois, a Organização das Nações Unidas (ONU) o convidou para ser Embaixador da Boa Vontade do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o que foi aceito rapidamente. Entre as ações como embaixador, ele promove anualmente o “Jogo contra a Pobreza”, com a ajuda do amigo Zinedine Zidane. A renda da partida é destinada à caridade e ao desenvolvimento social. Em 2004, participou do “Jogo da Paz”, entre a Seleção Brasileira e o Haiti, país onde a ONU atua para garantir a estabilidade e a reestruturação após anos de guerra civil. Ronaldo também integrou uma missão pacificadora que passou por Israel e a Palestina, na tentativa de amenizar a tensão na região. Mais recentemente, em 2010, ele recebeu no Brasil o presidente de Israel, Shimon Peres. A reunião tinha como meta atrair maior atenção internacional para a campanha pelo fim dos conflitos no Oriente Médio.

### **5.3 Novas empreitadas: 9ine e Comitê Organizador da Copa-2014**

No mesmo ano em que pendurou as chuteiras, Ronaldo lançou a 9ine, agência de comunicação especializada no marketing esportivo, mas que também já começa a enveredar por outros setores do entretenimento. A empresa trabalha no agenciamento da imagem de atletas (todos de ponta) e na interlocução entre algumas marcas e seus consumidores através de ações no esporte. Entre os agenciados de 9ine estão o jogador Neymar, o lutador de MMA Anderson Silva e o cantor Luan Santana. Já entre os clientes estão a Marfinite, empresa de produção de objetos plásticos, a rede de hipermercados Extra, e a Duracell, do ramo de pilhas e baterias. Mais recentemente, assumiu a conta de futebol da Brahma, patrocinadora do Fenômeno.

A 9ine nasceu com um investimento de R\$ 5 milhões, distribuídos ao longo dos três primeiros anos, e com um potencial de receita dez vezes esse valor dentro dos próximos quatro anos. Para a empreitada, Ronaldo contou com a parceria da gigante WPP, também do ramo da publicidade. Isso porque seus principais sócios na empresa são Marcus Buaiz, empresário e herdeiro do grupo capixaba Buaiz, e Sérgio Amado, presidente do Grupo Ogilvy

---

<sup>41</sup> Matéria 'Não sou um robô', publicada pela Veja no dia 5/1/2000

no Brasil – uma das empresas da britânica WPP. Isso rendeu à “nova galinha dos ovos de ouro” de Ronaldo uma base com pelo menos 100 marcas, já clientes da carteira a WPP no Brasil e também no exterior.

No fim do ano passado, Ronaldo assumiu mais um encargo. À convite do então presidente da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), Ricardo Teixeira, ele se tornou um dos integrantes do conselho administrativo do Comitê Organizador da Copa do Mundo (COL) de 2014. Aliás, essa aproximação com Teixeira proporcionou mais críticas ao ex-jogador. Não só pelo fato de no passado os dois não se darem, mas principalmente pelo mar de lama que o ex-mandatário da CBF está afundado. Ao contrário do alemão Franz Beckenbauer e do francês Michel Platini, Ronaldo não terá o poder de decidir sozinho os rumos do Mundial a ser realizado no Brasil. Eles ocupavam cargos máximos em seus comitês (das Copas de 2006 e 1998, respectivamente). O Fenômeno será na prática o porta-voz do COL, com direito a voto no conselho. Outro assunto que gerou polêmica foi um possível tráfico de influência, já que Ronaldo também é empresário do mercado esportivo. No primeiro dia de posse do novo cargo, ele fez questão de rechaçar essa hipótese, e pediu para não receber salário pelo mesmo.



## **6. Conclusões**

O que se pode apontar ao final deste trabalho? Em primeiro lugar, foi confirmada a hipótese de que o caso de Ronaldo estabeleceu uma quebra de paradigma em relação ao papel do ídolo esportista, ao se tornar o primeiro craque-celebridade. Se antes os “poderes” do ídolo dessa categoria se restringiam aos campos de disputa, agora um indivíduo com esse papel também é componente do considerado círculo de celebridades. Principalmente no Brasil, onde o futebol é parte relevante da cultura nacional. Foi através de sua existência e carreira que os atletas passaram a ser espetacularizados (e também a procurar fazer isso) e consumidos como referências da sociedade da maneira como são atualmente, transformando assim o futebol em elemento da sociedade do espetáculo. Mas como isso foi possível?

O capítulo 2 deixou bem claro como a trajetória de Ronaldo no futebol, com sua ascensão exponencial, suas grandes conquistas e piores tragédias, pôde ser configurada na concepção de mito estabelecida por Joseph Campbell, em “O Herói de Mil Faces”. Isso porque a carreira teve bem destacada as passagens da “Partida”, “Iniciação” e “Retorno”, apresentando diversas semelhanças de detalhes com as mesmas. A saída prematura do Brasil, o início meteórico na Europa, os muitos gols e títulos, além das lesões e voltas por cima, estabeleceram (até por mais de uma vez) o padrão do herói em sua jornada mítica. Após diversas provações e questionamentos, o ex-atacante “ensinou” à sociedade brasileira o potencial da superação. No caso do trabalho, foi a grande lição trazida da aventura do herói.

Porém, antes que se adentrasse na construção do mito do Fenômeno, era necessário ter bem consolidada a relação da imagem que Ronaldo procurou passar com o que se considera como a “identidade brasileira”. Através de sua própria capacidade para tal e da ajuda de uma equipe de profissionais altamente qualificada, o jogador sempre procurou vincular seu retrato de ídolo aos princípios de humildade, simplicidade, malandragem, entre outros. Essa inteligência para tal, somado ao seu papel de referência durante anos na Seleção Brasileira, que muitas vezes procura se estabelecer como espelho do povo brasileiro (apesar de atualmente estar bem longe desse panorama), fez de Ronaldo um grande ídolo nacional.

E aí que entramos em outro ponto fundamental para este trabalho: a interação entre futebol, sociedade e comunicação. Vimos através das obras de Roberto DaMatta e Ronaldo Helal que a modalidade esportiva é componente obrigatório da cultura e rituais brasileiros. Com o passar das décadas, foi se tornando cada vez mais alvo dos estudos acadêmicos, que conseguiram se desvencilhar do preconceito de “ópio do povo”. Para que surgisse tal interesse científico, foi importante para o próprio futebol a sua profissionalização e interação com os

meios de comunicação. Antes restrito à camada de elite da sociedade, o esporte se popularizou de tal maneira que se tornou a grande paixão nacional. Muito por conta do entendimento que a cobertura esportiva teve sobre seu potencial. Ao perceber que se tratava de um campo de grande efervescência para a construção de significados e sentidos, além de uma excelente opção mercadológica, a mídia procurou se aproximar do futebol e explorar justamente o vínculo entre o torcedor (ou consumidor) e seu clube, ou Seleção.

Para que esse desempenho e sua ligação com Ronaldo ficassem mais nítidos, observamos no capítulo 4 algumas passagens de edições do “O Globo”, “Jornal do Brasil” e “LANCE!”, voltadas especificamente para os momentos mais marcantes da carreira do jogador. A partir dessa parte do trabalho foi possível concluir que a cobertura esportiva teve peso para a construção e manutenção do mito do Fenômeno, através de um sem número de narrativas míticas e da utilização recorrente do enunciado biográfico. Estes, por sua vez, tiveram exemplificados seu papel cada vez maior no discurso jornalístico. Nas variações dessas matérias sobre Ronaldo, principalmente entre 1998 e 2002, ficou também comprovado que nenhum mito se sustenta sem algo de concreto. É dizer: a mídia não poderia trabalhar uma nova narrativa mítica sem levar em consideração o contexto de cada Copa para Ronaldo.

Só que o caso dele se diferenciou de outros heróis esportivos e até futebolísticos devido à sua grande habilidade para se espetacularizar e gerir sua imagem. Em constante evidência sem ser por seus feitos dentro de campo, Ronaldo estabeleceu que o ídolo dessa categoria também pode ser celebridade. E, por conseguir não ter sua imagem de referência nacional destruída por seus percalços – sejam eles lesões ou relações amorosas das mais distintas – ele manteve-se fiel às características do que se considera como “homem popular brasileiro” e agregou muito valor às empresas que tiveram o interesse em patrociná-lo.

Por último, mas não menos importante, percebeu-se através do marco-zero criado por Ronaldo a relevância do estudo sobre o futebol e seus personagens principais para a compreensão da comunicação em nossa modernidade. Um esporte que é cada vez mais espetáculo e espetacularizado não pode ser ignorado pelo campo acadêmico. Para compreendermos exemplos futuros, como o ainda jovem Neymar e toda sua potencialidade mercadológica e de visibilidade, é preciso antes analisar os pilares para este tipo de comportamento ídolo-celebridade. Pilares estes postos de pé por Ronaldo, craque-celebridade.

## **7. Referências bibliográficas**

- BARTHES, Roland. *Elementos de semiologia*. São Paulo: Cultrix, 1985.
- CALDEIRA, Jorge. *Ronaldo: Glória e drama no futebol globalizado*, Editora 34, 2002.
- CAMPBELL, Joseph. *O Herói de Mil Faces*. São Paulo: Cultrix, 1992.
- Comunicação, Mídia e Consumo / Escola Superior de Propaganda e Marketing. *Comunicação e Esporte*. Ano 1, v.1, n.1. São Paulo: ESPM, 2011.
- DAMATTA, Roberto. *Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. São Paulo E-Books Brasil, 2003.
- GONÇALVES, Marcos Augusto & DE MATTOS JÚNIOR, Walter. *Todas as Copas: 1930 a 2002*. Rio de Janeiro: Arete Editorial, 2006.
- HELAL, Ronaldo; LOVISOLO, Hugo Rodolfo; SOARES, Antônio Jorge. *A invenção do país futebol: Mídia, Raça e Idolatria*. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.
- HERSCHMANN, Micael & PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. *Mídia, Memória & Celebidades*. Rio de Janeiro, E-Papers Serviços Editoriais, 2005.
- MARTINEZ, Monica. *Jornada do Herói: Estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em jornalismo*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2008.
- MOSLEY, James. *Ronaldo: A Jornada de um gênio*. Tradução: Marcos Malvezzi Leal. Campinas: Versus, 2006.
- ROCHA, Everardo. *A sociedade do sonho – comunicação, cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 1995.

- SODRÉ, Muniz. *O Monopólio da fala: Função e linguagem da televisão no Brasil*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

### **Artigos, revistas e jornais**

- DAMATTA, Roberto. *Antropologia do óbvio: notas em torno do significado social do futebol*. Revista USP, São Paulo, v.22, , p. 10-17, 1994.

- DIÁRIO LANCE! Edições de: 13/6/2006, 23/6/2006, 1/7/2006, 2/7/2006, 12/12/2008, 13/8/2008, 27/4/2009, 28/4/2009

- HELAL, Ronaldo e AMARO, Fausto. *Construindo a Nação Arco Íris: esporte e identidade nacional em Invictus*; In Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) – ISSN 1981 – 4070; Lumina, vol. 5, número 1 (2011).

- \_\_\_\_\_. *Mídia, Construção da Derrota e O Mito do Herói*. Motus Corporis (UGF), Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 141-155, 1998.

- \_\_\_\_\_. *Mídia e Idolatria: o caso Ronaldinho*. *Corporis*, vol.9, n.2 – Revista de Divulgação Científica do Mestrado e Doutorado em Educação Física – Rio de Janeiro, Unviersidade Gama Filho, 2002.

- REIS, Heloisa Helena Baldy dos. *Lazer e esporte; a espetacularização do futebol*. In: BRUNHS, H. T. *Temas sobre lazer*. Campinas, Autores Associados, 2000. p. 130-143.

- SOBRAL, Eliane, *Ronaldo abre o jogo*, ISTOÉ Dinheiro, nº 675, 15/9/2010

- TAVARES, Fred. *O marketing pós-moderno nas sociedades midiáticas e temporais*. Em pauta – Revista Comum da OHAEC, Rio de Janeiro, v. 5, n. 16, 2001.