

**O Mito Construído, Destruído e Restituído – O Caso Cíclico de Ronaldo Fenômeno**<sup>1</sup>

**Prof. Dr. José Carlos Marques**<sup>2</sup>

(Universidade Presbiteriana Mackenzie / Universidade de Santo Amaro)

Resumo

O presente estudo procura analisar como se construiu e como se tem destruído continuamente a imagem mítica do jogador brasileiro Ronaldo Nazário (conhecido mundialmente como “Fenômeno”), a partir de sua performance dentro e fora dos campos de futebol, e como a imprensa brasileira alimentou esse processo cíclico ao fazer do atleta um ídolo ímpar no futebol nacional, especialmente após a Copa do Mundo de 2002. Percorrendo o mesmo percurso clássico do herói mítico, Ronaldo acaba por constituir-se num exemplo muito bem acabado do mito moderno no esporte, numa trajetória cujas contusões, derrotas e conquistas servem hiperbolicamente para a construção de uma imagem idolatrada em todo o planeta.

Palavras-chave: mito; Ronaldo; jornalismo brasileiro; futebol.

*Comunicação a ser apresentada no NP18 Comunicação e Esporte  
(Coord.: Prof. Vera Camargo)*

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 18 – *Comunicação e Esporte*, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

<sup>2</sup> Doutor em Ciências da Linguagem pela ECA/USP e docente dos cursos de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie e da Universidade de Santo Amaro (Unisa), em São Paulo. Foi redator do site esportivo [www.pele.net](http://www.pele.net) e atualmente é colunista do site [www.trivela.com](http://www.trivela.com). É também autor do livro *O futebol em Nelson Rodrigues* (São Paulo, Educ, 2000).

O fato de o universo esportivo ser pródigo na formação de ídolos e heróis sempre fez com que atletas e jogadores de futebol percorressem um terreno muito propício para a produção de mitos, num processo que se estabelece intensamente por meio de construções midiáticas. Esse mecanismo tornou-se cada vez mais poderoso à medida que os meios de comunicação de massa globalizaram a informação através das “novíssimas tecnologias” (especialmente a TV a cabo e a internet) – daí a possibilidade desses actantes do cenário esportivo conseguirem tamanha exposição a ponto de nomes como os dos jogadores Pelé, Romário e Ronaldo serem pronunciados por habitantes das mais longínquas localidades do planeta, sempre que um visitante se identifica como proveniente do Brasil.<sup>3</sup>

Joseph Campbell, um dos autores que definiu com mais detalhamento o percurso do herói mitológico, paradoxalmente aponta para o fato de que as sociedades que suportaram os mitos clássicos já não mais existem; a civilização ocidental perdeu a noção do mito, já que o rigor científico, o “telescópio e o microscópio perscrutantes” assumiram papel preponderante na análise da realidade. Os últimos vestígios da antiga herança humana ligada aos rituais encontram-se em pleno declínio. Campbell vai além na análise do herói mítico dos dias de hoje. Para ele, o problema do homem moderno é oposto ao do homem das sociedades míticas.

*A teia onírica do mito ruiu. O fascínio do passado, o cativo da tradição foram abalados com firmes e certos golpes. (...) já não há sociedades do tipo a que os deuses um dia serviram de suporte. A unidade social não é um portador de conteúdo religioso, mas uma organização econômica e política. (...) Naqueles períodos, todo o sentido residia no grupo, nas grandes formas anônimas, e não havia nenhum sentido no indivíduo com a capacidade de se expressar; hoje, não há nenhum sentido no grupo - nenhum sentido no mundo: tudo está no indivíduo. (CAMPBELL: 1992, p. 372).*

Se, por um lado, assistiu-se à ruína da “teia onírica do mito”, não é menos verdade que o mito assumiu outras formas para comunicar-se com o homem moderno. Seu lugar foi ocupado, durante muito tempo, pela prosa narrativa, e, mais especificamente, pelo romance, que serviu como substituto à recitação dos mitos e contos nas sociedades tradicionais e populares.<sup>4</sup> Nos dias de hoje, o mesmo papel desempenhado pelo romance passou a ser ocupado pela imprensa e outras manifestações de massa, como o cinema, a televisão, a propaganda e o esporte. Ao longo do século XX, a imprensa agiu constantemente no sentido

---

<sup>3</sup> No meio acadêmico brasileiro, a análise desse processo de construção mítica do herói esportivo tem recebido maior atenção na Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), por meio do projeto de pesquisa “Meios de Comunicação, Idolatria e Cultura Popular no Brasil”, apoiado pelo CNPq e coordenado pelo Prof. Ronaldo Helal.

<sup>4</sup> Cf. ELIADE, 1989, p. 159.

de criar e recriar mitos (e de desmontá-los, do mesmo modo), por meio de processos de exposição intensa do ídolo.

O fenômeno da idolatria sempre encontrou na mídia o maior e melhor veículo para sua realização; os meios de comunicação de massa acabam funcionando, assim, como legitimadores de heróis e celebridades, já que também necessitam destes como combustível para o funcionamento de sua engrenagem comercial com o público. Um grande astro, uma estrela do *show business*, um esportista vencedor – todos eles são fundamentais para colocar em marcha os mecanismos comerciais que movimentam a produção midiática do mundo ocidental. Aqui, uma distinção importante se estabelece entre o ídolo do esporte e o ídolo de outros universos (como da música, do cinema ou da TV); é a diferença que se cria entre heróis e celebridades:

*De saída, uma diferença básica entre ídolos do esporte e de outros universos, como música e dramaturgia, se mostrou reveladora. Enquanto os primeiros freqüentemente 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, inerente ao universo do esporte. O “sucesso” de um atleta depende do “fracasso” do seu oponente. (...) Enquanto os primeiros vivem somente para si, os heróis devem agir para “redimir a sociedade”.<sup>5</sup>*

Na relação entre ídolo e fã, cabe à mídia funcionar como elo que fundamenta a continuidade do enredo do herói, até que ele assuma a categoria de mito, reservada a apenas alguns eleitos. Dentro desse processo, a história do jogador Ronaldo reuniu ingredientes típicos para que ele pudesse ser incluído no rol dos personagens mitológicos do esporte. O trabalho dos cronistas brasileiros ao longo da Copa do Mundo de 2002 fortaleceu e intensificou de maneira singular esse processo, como nos dá mostras a seguinte crônica de José Roberto Torero:

*A vida de Ronaldo Nazário daria um filme. E isso não é uma figura de linguagem. A história desse personagem segue realmente todas as regras para uma boa história. Dizem os manuais de roteiro que para fazer sucesso uma narrativa deve ter obrigatoriamente seis pontos: apresentação do personagem, crise, recuperação, preparação para o grande confronto, clímax e final feliz. Pois bem, na Copa de 94 temos o primeiro passo, a apresentação do personagem. O menino dentuço é o reserva de um grupo que conquista o título para seu país após 24 anos de frustrações. Ele cresce e, na Copa de 98, já é o melhor do mundo. Tem tudo para vencê-la. Seria a maior glória de*

---

<sup>5</sup> Ronaldo Helal, “Idolatria e Malandragem: a cultura brasileira na biografia de Romário”, comunicação apresentada por ocasião do encontro anual da Compós na UFRJ, em 2001.

*sua carreira. Mas aí vem o passo de número dois: a crise. Vemos sua convulsão, e a derrota por 3 a 0. É aquele momento em que o herói vê o seu sonho cair por terra.*

*Ele sofre vários reveses. "Está acabado", dizem todos ao ver o osso do joelho como que saltando para fora da pele. Mas Ronaldo continua lutando. Então vem a recuperação, o passo três, conseguida após um árduo trabalho. Passa o tempo, e ele ganha uma segunda chance. Está novamente numa Copa do Mundo. É a preparação para o grande confronto. Um a um os adversários vão caindo, até que chega a hora de enfrentar o inimigo final. Que, como deveria ser, é o mais poderoso possível: a Alemanha. Para deixar as coisas ainda melhores, o inimigo é personificado em Kahn, que tem nome e costeleta de vilão. Começa o duelo. O mocinho tenta uma, duas, três vezes, mas nada. O clima já é de apreensão quando, para a ira de Kahn, ele consegue vazar a meta contrária. Minutos depois, nosso herói sela a vitória e faz seu país explodir de alegria. Eis o último passo, o final feliz.*<sup>6</sup>

O texto de Torero, publicado dois dias após o Brasil ter conquistado a Copa do Mundo de 2002, descreve de maneira sintética o percurso clássico do herói mítico, tal como conceituado também por Joseph Campbell: diante do limiar da aventura, o personagem mitológico abandona a condição terrena, ultrapassa a primeira barreira e penetra com vida no reino das provas. Iniciada sua jornada, o destino é a obtenção do prêmio maior, o objeto do desejo. E, alcançada a recompensa após inúmeras provas, desafios e derrocadas, tem-se o caminho da volta, tão penoso quanto o inicial: o herói deve agora retornar sob as bênçãos alcançadas e, com o elixir da vitória, restaurar o mundo inicial, ao qual ele pertencia antes de iniciar a aventura. Ronaldo, uma das maiores estrelas do futebol brasileiro, ídolo e “Fenômeno”, revela assim a face do mito clássico remodelado pela sociedade midiática. O sentido dessa exploração permanece, no homem moderno, como herança mítica de seus ancestrais. É o que explica nossa premente necessidade de diversão ao buscar momentos de fuga, seja no lazer, na leitura, ou nos espetáculos de entretenimento:

*O tempo que se ‘vive’ quando se lê um romance não é, evidentemente, o mesmo que se reintegra numa sociedade tradicional, quando se ouve o mito. Mas, tanto num caso como no outro, ‘sai-se’ do tempo histórico e pessoal e mergulha-se num tempo fabuloso, trans-histórico. (CAMPBELL: 1992, p. 160)*

Essa definição vale acentuadamente para o indivíduo que vai a um parque de diversões, à exibição de uma peça de teatro ou a um jogo de futebol: busca-se, em última instância, um tempo imaginário, diferente do tempo histórico, perseguidor, que estará à espera desse mesmo indivíduo do lado de fora do parque, na calçada em frente à sala do teatro ou na praça do estádio de futebol, tão logo acabem os espetáculos. Para Eliade, tudo aponta para a insolubilidade desse conflito, para essa revolta contra o tempo histórico:

---

<sup>6</sup> José Roberto Torero, *Folha*, 02/07/02.

*Resta saber se este desejo de transcender o seu próprio tempo, pessoal e histórico, e de mergulhar num tempo ‘desconhecido’, seja ele extático ou imaginário, será alguma vez suprimido. Enquanto esse desejo subsistir, podemos dizer que o homem moderno conserva ainda pelo menos certos resíduos de um comportamento mitológico’.* (CAMPBELL: *id., ib.*)

A superação do tempo histórico (que nos dita ritmos temporais próprios, na vida e no trabalho) por um tempo que liberte “míticamente” o homem de sua realidade é, em suma, a reprodução do universo mítico dos primórdios. É exatamente essa a dimensão que o futebol assume nesta análise. O espectador de televisão, sentado confortavelmente num domingo em sua poltrona para assistir à partida (ou então presente num estádio, acompanhando o movimento dos jogadores), procura antes de qualquer coisa a superação de seu “tempo histórico”. Durante o jogo, na ocasião dos dribles e na comemoração dos gols, a realidade que se cria é outra, nada semelhante ao ritmo cotidiano que esse mesmo espectador leva ao longo dos demais dias da semana. É por isso que as aproximações entre discurso mítico e esporte podem ser exploradas com maior intensidade no sentido de se compreender melhor o papel do ídolo na sociedade moderna. Roland Barthes alarga os horizontes da interpretação mítica, com suas análises de diversos aspectos cotidianos da vida contemporânea francesa (para ele, o mito pode ser visto – e desmistificado – numa luta de catch, no strip-tease, nas propagandas de detergentes e saponáceos, no rosto de Greta Garbo etc.):

*O mito é um sistema de comunicação, é uma mensagem..(...) Já que o mito é uma fala, tudo pode constituir um mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso. O mito não se define pelo objeto da sua mensagem, mas pela maneira como a profere: o mito tem limites formais, mas não substanciais. Logo tudo pode ser mito? Sim, julgo que sim, pois o universo é infinitamente sugestivo.* (BARTHES: 1993, p. 131)

Segundo Barthes, o mito não é necessariamente uma fala oral, mas pode ser formado por outras representações, como a fotografia, o cinema, a publicidade, os espetáculos e o esporte: todos eles podem servir de suporte à fala mítica. Por se tratar de um sistema semiológico, o mito é também um sistema de valores: mas seu consumidor o lê como sistema de fatos, em que o significante e o significado mantêm relações naturais. Por não se dar conta do sistema semiológico do mito é que o leitor pode consumi-lo inocentemente. Desse modo, entende-se como o discurso jornalístico, tal qual se consubstanciou nas últimas décadas, adquiriu o poder de acelerar ou desacelerar a formação da figura do herói no esporte. Temos aqui um exemplo daquilo que o crítico francês Maurice Mouillaud acusa na mídia moderna,

mais especificamente na imprensa escrita, de efetuar uma substituição do espaço público e influenciar o funcionamento das instituições:

*O jornal diário tornou-se, na realidade, um substituto do espaço público, um fórum onde se escuta o eco de todas as vozes públicas, ao mesmo tempo em que tem a sua própria voz. Esta dualidade está na origem das estratégias pelas quais o jornal manipula, seja por identificar-se com ele, seja por distanciar-se do mesmo, o discurso de outrem. (MOUILLAUD: 1997, p. 26-26)*

É óbvio, porém, que essa substituição do espaço público não se deu do mesmo modo (pelo menos na instantaneidade com que se formaram os ídolos do esporte) ao longo do século XX. No caso específico do futebol, é fácil imaginar que a primeira Copa do Mundo, disputada no Uruguai em 1930, teve um acompanhamento da imprensa muito distinto do que se viu no evento disputado em 2002. Na década de 1930, o torcedor brasileiro que quisesse imediatamente saber algo sobre os jogos da seleção brasileira no exterior deveria acotovelar-se à porta dos grandes jornais das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo à espera da divulgação dos resultados. Já a Copa de 1938, disputada na França, trouxe a inovação do rádio: pela primeira vez, em 5 de junho daquele ano, houve a transmissão radiofônica de uma partida em Copas do Mundo para o Brasil (a seleção nacional superou a Polônia por 6 x 5).

Vinte anos depois, em 1958, a Copa disputada na Suécia traria a grande novidade advinda com a televisão: o videoteipe permitia que os torcedores pudessem assistir, nos cinemas, às partidas ouvidas três dias antes pelo rádio. Na Copa do Chile, disputada em 1962, já era possível assistir ao videoteipe dos jogos um dia após a realização das partidas. Os jornais começavam assim a sofrer, ainda que timidamente, a concorrência direta das tevês na mediação desses eventos. E, embora ainda se pudesse dizer que havia uma pequena supremacia do meio impresso sobre as televisões no jornalismo esportivo, é bom lembrar que os jornais vinham perdendo terreno, pouco a pouco, para o poder da imagem simbolizado nas telas da TV. A partir daí, com a organização do rádio e, especialmente, da TV por meio do agrupamento de grandes conglomerados empresariais de comunicação, “os acontecimentos políticos passaram a ser deflagrados pela classe política, de maneira que o público fosse mobilizado pelo som e pela imagem, tomando conhecimento instantâneo do fato e de suas repercussões” (MELLO E SOUZA: 1986, p. 153). O rádio, inicialmente, e depois a televisão, tiraram dos jornais a primazia e o privilégio de ser o primeiro a dar as notícias. Antes, quando alguém queria saber algo, saía de casa e ia buscar as notícias aos jornais; hoje, volta para casa e liga o rádio e a TV – e nos últimos anos, vai-se para o computador e navega-se na internet.

A imprensa escrita brasileira, no caso de Ronaldo, tem operado no sentido de construir e destruir a todo tempo a imagem mítica do jogador, por meio do superdimensionamento da imagem do ídolo e, ao mesmo tempo, por meio da ultraexposição das fraquezas e derrotas do atleta. E esse processo produziu-se de modo mais imediato a partir do momento em que a instantaneidade de transmissão do evento atingiu os diferentes meios de comunicação. Ronaldo inscreve-se nessa trajetória de criação do mito pela mídia por força da espetacularidade de sua vida profissional. Com 17 anos, o atacante já fazia parte do grupo que conquistou a Copa de 1994, mas não disputou nenhuma partida naquele mundial. Depois disso, em 1996 e 1997, foi escolhido o melhor jogador do mundo pela Fifa e logo recebeu o epíteto de “Fenômeno”. Em 1998, era a maior esperança de vitória brasileira na Copa da França e um dos jogadores mais celebrados em todo o mundo, alçado à condição de ídolo em todo o planeta. Entretanto, os problemas sofridos por ele no dia da final com a França fizeram com que torcida e imprensa começassem a desconfiar de suas qualidades.

Esse processo de derrocada do herói se intensificou em 12 de abril de 2000, quando Ronaldo voltou a disputar uma partida na Itália pelo seu clube, a Internazionale de Milão, após recuperar-se de uma cirurgia no joelho. Entretanto, após permanecer poucos minutos em campo, o atacante sofreu forte contusão no mesmo joelho, num lance isolado. As imagens do jogador, prostrado no chão em prantos, além de intensificar a dramaticidade de sua trajetória, trazem-nos à mente o mesmo conceito estabelecido por Roland Barthes como *punctum*, que serve para expressar a densidade de sentimento percebida por leitores e espectadores diante de determinada fotografia.<sup>7</sup> Após a gravíssima contusão (ruptura total do tendão patelar) adquirida nessa partida, Ronaldo precisou submeter-se a nova cirurgia, o que o obrigou a ficar sem atuar por 18 meses. Às vésperas do início da Copa de 2002, fora de forma e desacreditado pela grande maioria dos críticos, o jogador era uma incógnita dentro da seleção brasileira. Mesmo depois de iniciada a competição, certos cronistas continuavam descrentes diante das potencialidades do “Fenômeno”:

---

<sup>7</sup> O *punctum* contrapõe-se assim ao *studium*: há fotos que são pontuadas, às vezes até mesmo mosqueadas, com esses pontos sensíveis, em imagens fortes e duras, à procura de um realismo cortante: *Essas feridas são precisamente pontos. A esse segundo elemento que vem contrariar o ‘studium’ chamarei então ‘punctum’; pois ‘punctum’ é também picada, pequeno buraco, pequena mancha, pequeno corte – e também lance de dados. O ‘punctum’ de uma foto é esse acaso que, nela, me ‘punge’ (mas também me mortifica, me fere). (...) Muitas fotos, infelizmente, permanecem inertes diante de meu olhar. Mas mesmo entre as que têm alguma existência a meus olhos, a maioria provoca em mim apenas um interesse geral e, se assim posso dizer, ‘polido’: nelas, nenhum ‘punctum’: agradam-me ou desagradam-me sem me pungir: estão investidas somente do ‘studium’. (...) O studium é da ordem do ‘to like’, e não do ‘to love’.* (BARTHES, 1984, pp.46-47).

*Existem jogadores que, embora craques indiscutíveis em seus clubes, não conseguem exibir uma centelha de seu futebol quando estão a serviço da seleção brasileira. O fenômeno é curioso e antigo. No time de Felipão, os casos mais evidentes talvez sejam os de Rivaldo e Ronaldo. São, não há por que duvidar, dois dos maiores jogadores do mundo. Mas a verdade é que, da primeira convocação até hoje, nenhum deles jogou na seleção metade do futebol que joga em seus clubes.*<sup>8</sup>

Já o jornalista Daniel Piza, em sua coluna publicada em *O Estado de S. Paulo*, fez a defesa incondicional do craque durante o tempo todo. Nos exemplos abaixo, vemos como o colunista constrói a imagem do ídolo em dois momentos distintos da Copa do Mundo: primeiro, numa referência à presença do jogador na estréia do Brasil na Copa, diante da Turquia; em seguida, analisando a participação do jogador após as três primeiras partidas da equipe:

*P.S. - Ah sim, Ronaldo. Mais uma vez calou os críticos. Durante todo o mês ouvimos que Ronaldinho Gaúcho é que seria a estrela solitária da seleção nesta Copa. Durante toda a semana lemos que Ronaldo não estava treinando bem. O Jornal do Brasil até pôs na manchete do domingo: "Ronaldinho (ele, Ronaldo) preocupa Felipão para a estréia"... Mesmo que ele se machuque ou não faça mais nenhum gol, o de ontem já foi uma vitória.*<sup>9</sup>

*Ronaldo foi o único que jogou bem em todas. Só depois que fizer um gol atravessando metade do campo e driblando três adversários é que vão lhe dar o devido crédito... Mas, do jeito como vai, pode ser de novo o melhor do mundo ainda em 2002.*<sup>10</sup>

Como não poderia deixar de ser, a construção do mito em torno de Ronaldo se deu apenas em função da vitória da seleção brasileira na Copa de 2002, já que ao final da Copa de 1998 viu-se o processo inverso: a desconstrução do mito e do ídolo, que mostrou sua falibilidade no momento decisivo. No dia da final com a França, em 12 de julho, Artur Xexéo referir-se-ia ao jogador em tom bastante depreciativo em sua coluna do *Jornal do Brasil*: “Ronaldinho chegou dizendo que ia fazer 13 gols durante a Copa. Só faltam nove.” A desconfiança e desilusão com o atacante, por um lado, e a exaltação do craque diante da derrota, por outro, puderam ser lidas em diversas crônicas na época, conforme mostram estes exemplos:

*Ronaldinho amarelou (...)*<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Marçal Aquino, *Folha*, 19/06/02.

<sup>9</sup> Daniel Piza, *Estado*, 04/06/02.

<sup>10</sup> *Id. ib.*, 14/06/02.

<sup>11</sup> José Roberto Torero, *Folha*, 14/07/98.



*Ronaldinho é um jogador milionário aos 22 anos. Deve tomar providências para continuar milionário quando for um ex-jogador, do jeito que vai, aos 23.*<sup>12</sup>

*Ronaldinho foi perdoado mil vezes, compreendido 100 mil, justificado 1 milhão de vezes. Em Ronaldinho, todo mundo entendeu que um ser humano tem altos e baixos, passa por instantes de brilho e de indecisão, e, às vezes, as circunstâncias impedem que seu talento se manifeste. Ronaldinho é o melhor jogador do mundo, todos nós sabemos. E todos nós continuamos a saber, mesmo se as circunstâncias lhe foram adversas.*<sup>13</sup>

*Querem fazer de ti apenas um garoto-propaganda. Querem fazer de ti, como um robocop, uma máquina de fazer gols e milhões. Mas chegou a hora da tua verdade, Cinderelo do futebol. Ou tu reages ou teu Conto de Fadas acaba à meia-noite. Pássaro engaiolado: abre tua gaiola de ouro e volta a cantar teu canto livre.*<sup>14</sup>

*O jornal americano Herald Tribune dedica, hoje, um verdadeiro hino ao futebol de Ronaldinho. Eis o que diz, na íntegra, o articulista George Vecsey: "Ronaldo tem a velocidade de Michael Johnson, no mínimo, em pequenas distâncias, e os pés de Fred Astaire. Ele circula com a desenvoltura de um motorista de táxi no tráfego de Paris. Consegue eliminar os defensores com simples gestos de ombro ou com um giro rápido sobre seu próprio eixo. A bola parece grudada ao dedo do pé." Demais!*<sup>15</sup>

Essa dicotomia do herói (ora criticado por sua falibilidade, ora elogiado por sua excelência) incluiu Ronaldo num exemplo muito bem acabado de como o mito moderno pode assentar-se no esporte, numa trajetória que só consegue alcançar tal *status* por força do trabalho da mídia, de modo geral. Assim, é interessante verificar que a construção desse mito na sociedade midiática moderna só pôde ser sedimentado com o título mundial obtido pela seleção brasileira em junho de 2002. Isso contrasta com o que se viu ao longo das Copas de 1994 e 1998, momentos em que não houve um esforço tão deliberado da mídia impressa brasileira (refiro-me mais especificamente aos cronistas que cobriram esses eventos) em referir-se a algum dos actantes envolvidos na disputa como personagem mítico (apesar de Romário ter sido amplamente festejado como herói por ocasião do Mundial dos Estados Unidos). Já no Mundial do Japão e Coréia do Sul, pode-se observar uma postura diferente por parte de certos cronistas, cujo maior exemplo é o jornalista Daniel Piza. Após a decisão contra a Alemanha, ao comentar a participação de cada jogador da seleção brasileira ao longo da competição, ele reforça o destaque e a singularidade de Ronaldo:

*Ronaldo - Fenômeno ressuscitado com oito gols, três deles os que decidiram semifinal e final. O melhor em dois mundiais seguidos, ultrapassa a lenda de Romário e*

<sup>12</sup> Luis Fernando Verissimo, *JB*, 15/07/98.

<sup>13</sup> Paulo Coelho, *Folha*, 10/07/98.

<sup>14</sup> Roberto Drummond, *JB*, 16/07/98.

<sup>15</sup> Armando Nogueira, *JB*, 19/06/98

*segue batendo recordes. Aos 25 anos, já pertence definitivamente ao hall das maiores estrelas do futebol brasileiro.*<sup>16</sup>

Se voltarmos ainda às definições de Mircea Eliade, temos que os ídolos do esporte podem ser vistos como os “Seres Sobrenaturais”, criadores de modelos de conduta. Os recordes alcançados pelos atletas, os títulos e as vitórias (e, mais do que isso, sua vontade e obsessão pelas conquistas) os tornam também genitores de uma criação. Podemos ver em certos esportistas o comportamento mítico da obsessão pelo sucesso, algo “tão característico da sociedade moderna, e que traduz o desejo obscuro de transcender os limites da condição humana” (ELIADE: 1989, p. 156). Não é gratuito que inúmeros torcedores espalhados em todo o mundo tenham sido seduzidos por Ronaldo, a ponto de imitarem o corte de cabelo que o jogador adotou na Copa, mas que foi ridicularizado por parte da imprensa:

*[Ronaldo] Foi o herói do jogo, tornou-se o artilheiro isolado da Copa e garantiu o lugar de grande estrela, apesar do topetinho ridículo, na inédita batalha contra a Alemanha. Ambas as seleções chegaram ao Oriente enxovalhadas e comeram o torneio pelas beiradas, por seus próprios méritos e por falhas gritantes de seus rivais, sobretudo daqueles rivais que sequer se gabaritaram para enfrentá-las: Itália, Argentina e França. Será a final da redenção.*<sup>17</sup>

*Ficou assim até quando o Ronaldo fez o gol. Aí meu pai falou que ele era um craque, meu tio disse que ele era sensacional, meu avô falou que ele era um fenômeno e minha mãe disse que ele era lindo. Então eu disse que ia cortar o meu cabelo que nem o Ronaldo. Mas aí todo mundo gritou: "Nããã!"*. Às vezes é difícil entender os adultos.<sup>18</sup>

*Ronaldo, o Fenômeno, precisa, urgentemente, de um personal-stylist.*<sup>19</sup>

Ao entrar em campo, de chuteiras, calção e com a camisa de seu clube, qualquer jogador de futebol parece incorporar uma dimensão mítica. Trata-se, no fundo, da mesma análise feita por Eliade do mito do Superman. Enquanto esse herói dos quadrinhos e do cinema vive uma dupla identidade (os poderes ilimitados de Superman convivem com a figura modesta e terrena do jornalista Clark Kent), os jogadores (e não só eles, mas também artistas, cantores, atletas e outras personalidades públicas) também convivem com o duplo: sua atividade de atleta não é a mesma daquela quando estão fora dos estádios, instante em que se tornam seres comuns, padecedores dos mesmos males inerentes à humanidade. Mas, durante a representação de seu papel, de sua pantomima esportiva, assumem a imagem do ser sobrenatural, não mais pertencente ao mundo vulgar. Daí a relação com o mito do Superman:

<sup>16</sup> Daniel Piza, *Estado*, 01/07/02.

<sup>17</sup> Arthur Dapieve, *O Globo*, 27/06/02.

<sup>18</sup> José Roberto Torero, *Folha*, 27/06/02.

<sup>19</sup> Artur Xexéo, *O Globo*, 02/07/02.

ambos satisfazem “as nostalgias secretas do homem moderno que, sabendo-se condenado e limitado, sonha revelar-se um dia como uma ‘personalidade excepcional’, um ‘herói’”. (ELIADE: *id.*, p. 155) É ainda no limiar do retorno do herói que Ronaldo incorpora a exata definição da trajetória mítica<sup>20</sup>. O talento do mestre é exatamente esse: ir e vir continuamente pela linha que divide os dois mundos. É preciso que o herói retorne a seu mundo de origem e sobreviva ao impacto do retorno, oferecendo a seus semelhantes o elixir conquistado no reino das aventuras, para além do limiar.<sup>21</sup> Daí a intensa simpatia que Ronaldo desperta entre os torcedores brasileiros e dos clubes que defende, por saber partilhar com seu público os frutos da vitória:

*Terminada a busca do herói, (...) o aventureiro deve ainda retornar com 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 (...) de volta ao reino humano, onde a bênção alcançada pode servir à renovação da comunidade, da nação, do planeta ou dos dez mil mundos. (CAMPBELL, 1992, p. 195)*

Além de afastar os problemas no joelho que o incomodaram ao longo de dois anos, Ronaldo voltou a figurar como o jogador mais midiático do ano, o que lhe rendeu também os prêmios de melhor jogador segundo a revista inglesa *World Soccer*, o “Onze de Ouro”, da revista francesa *Onze Football*, e a “Bola de Ouro”, da *France Football*. Mais uma vez, coube a Daniel Piza antecipar as conquistas do atacante e figurá-lo como personagem digno de idolatria, mesmo antes de se disputar a final da Copa de 2002 entre Brasil e Alemanha:

*Mas Ronaldo já reescreveu seu nome na história, com 6 gols. (Ele poderia ter 7, mas o pênalti que sofreu contra a China foi batido por seu xará gaúcho. Rivaldo tem 5, mas um deles foi de pênalti sofrido por Luizão na primeira partida.) Tentaram diminuir o de ontem como "gol de bico", mas quem já jogou futebol de salão entende a categoria exibida ali. Ronaldo não quer ser vice mais uma vez na vida, mas, mesmo se o penta não vier, já é de novo, neste momento, o melhor do mundo. Quem sabe, sabe.*<sup>22</sup>

Com a vitória coletiva da seleção brasileira na Copa e a vitória individual de Ronaldo, tornou-se mais fácil verificar na trajetória do jogador os mesmos pressupostos do personagem mítico. Se José Roberto Torero e Daniel Piza parecem recusar o uso da palavra “mito” ou “herói mitológico” para descrever o jogador (ambos preferem “herói”, “mocinho”,

<sup>20</sup> *Um herói vindo do mundo cotidiano se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes. (CAMPBELL, 1992, p. 36.)*

<sup>21</sup> Depois que se transferiu para o Real Madrid, no segundo semestre de 2002, as camisas com o seu nome esgotaram-se nas lojas do clube no mesmo dia em que ele se apresentou ao público madrilenho. E, após a Copa de 2002, Ronaldo conquistaria mais dois títulos importantes: em dezembro, foi eleito pela Fifa o melhor jogador do ano, pela terceira vez (fato até então inédito no futebol mundial). Antes disso, já havia sido campeão Mundial Interclubes com o Real Madrid.

<sup>22</sup> Daniel Piza, *Estado*, 27/06/02.

“personagem”, “menino dentuço”, “estrela”), há outros cronistas, como Luis Fernando Verissimo e Milton Hatoum, que identificam no jovem atacante a mesma trajetória do personagem mítico descrita por Campbell:

*Mesmo um mau roteirista hesitaria em escrever uma história de superação pessoal e reversão de adversidade, com todos os chavões do gênero “volta por cima”, que nem Hollywood aceitaria mais, como a do Ronaldo. Uma história piegas e improvável que, no entanto, aconteceu e foi o grande tema dramático desta Copa. Ronaldo imitou a trajetória clássica do herói mitológico que desce ao inferno e volta para refazer a história. Voltou do abismo para refazer a final de 98 na França. É o primeiro mortal real a conseguir retornar no tempo para corrigir sua própria biografia.*<sup>23</sup>

*O goleiro alemão foi tão louvado que se tornou um mito guardião, um desses pequenos deuses protetores de uma nação. Mas, diante do ataque da seleção brasileira, Oliver Kahn virou um mito decaído. Tenho a impressão de que já estava atônito e perplexo quando não encaixou o chute de Rivaldo. Na sobra, Ronaldo (o outro mito, isto é, o verdadeiro) surgiu da savana japonesa como um felino tranqüilo e colocou a bola no canto esquerdo do coitado Kahn. Coitado? Nem tanto. Antes da partida fatal, o goleiro, com cara de mau, rugiu desafios ao ataque brasileiro. Rivaldo respondeu com humildade, mas firmeza: a firmeza que faltou ao goleiro no chute que começou a desenhar o pesadelo da seleção alemã.*<sup>24</sup>

Não admira, assim, que os jornais brasileiros tenham reforçado a construção da idolatria de Ronaldo, personalizando no jogador a vitória brasileira no Mundial<sup>25</sup>. Na capa do caderno de Esportes, na edição de 1º de julho de 2002, *O Globo* anotaria: “Ronaldo vira herói no Brasil e no mundo”. *O Jornal do Brasil*, também na capa de Esportes de 1º de julho, estamparia: “O Rei do mundo – Ronaldinho faz dois gols na final, confirma a artilharia da Copa e dá a volta por cima”. Já na edição extra publicada no mesmo dia da decisão da Copa, a *Folha de S. Paulo* não media palavras para destacar a exibição do jogador: “Ronaldo destrói a Alemanha, iguala Pelé e chora” foi o olho publicado na capa. Na página 3, outro texto explicitava a imagem mítica do craque:

*Erre, de renascimento. Erre, de ressurreição. Erre, de recorde. Erre, de camisa nove. Erre, de melhor ataque. Erre, de Brasil. Erre, de igual ao “Rei”. A seleção dos “erres”, dos 18 gols, quase a metade dele, fez ressurgir o mito apagado há quatro anos*

<sup>23</sup> Luis Fernando Verissimo, *O Globo*, 01/07/02.

<sup>24</sup> Milton Hatoum, *Folha*, 03/07/02.

<sup>25</sup> Esse esforço da mídia impressa brasileira e dos cronistas, aliado ao que a TV realizou após a conquista da equipe, pôde ser visto ainda no trabalho do jornalismo eletrônico nacional. Com a manchete “Ronaldo dá show e garante o penta”, o sítio [www.pele.net](http://www.pele.net) corroboraria o processo de mitificação de Ronaldo, reforçando o caráter heróico do ídolo: *Ronaldo finalmente é um herói. O carrasco da Seleção na Copa da França deu o penta ao Brasil. O atacante que teve uma convulsão na final passada fez os dois gols da vitória sobre a Alemanha por 2 x 0, neste domingo, em Yokohama. O craque, criticado até pelos companheiros por ter “amarelado” em 98, finalmente é um herói. O herói do penta, o artilheiro da Copa.* (Matéria do sítio [Pelé.Net](http://Pelé.Net) publicada às 10h04min do dia 30/06/2002, minutos após o Brasil ter conquistado a Copa do Mundo de 2002).

*na final contra a França, que entrou em campo simplesmente para não jogar. Mito, desgastado pelo marketing excessivo, vazio, obscurecido por dois anos de sérias contusões, gelo, fisioterapia, apenas músculos, meniscos, joelhos. Mito, resgatado por um médico francês, pelo técnico Luiz Felipe Scolari e, desde hoje, por milhões de brasileiros. Mito, com erre. Erre, de Ronaldo.*<sup>26</sup>

Passado mais de um ano após o final da Copa de 2002, o processo de destruição da imagem mítica de Ronaldo prosseguiu: o herói passa a ser engolido pela máquina midiática na mesma velocidade com que é forjado; a engrenagem de produção de celebridades instantâneas não pode deter-se, e o mito vê-se mais uma vez derrotado. Em 2004, Ronaldo não é mais o “herói do penta”, mas sim um jogador acabado e fora de forma.

A Revista *Veja*, edição informativa semanal de maior tiragem no Brasil, estampou o jogador Ronaldo em sua capa por três oportunidades. A primeira vez foi na edição de 22 de julho de 1998, após os problemas de saúde sofridos pelo “Fenômeno” na decisão da Copa da França. Com o título “Crise nervosa”, a revista trazia na primeira página uma imagem do rosto de Ronaldo na forma de um mosaico bizantino, como se a própria face do ídolo se desfizesse e se estilhaçasse em pequenos fragmentos. O processo de desconstrução do herói na *Veja* teve prosseguimento com a edição de 28 de julho de 1999. Com a manchete “Vítima da fama” e com a imagem de um Ronaldo transtornado na capa, a revista aludia ao fato de que o jogador teria se envolvido num escândalo de prostituição na Itália. Já o processo de recriação do mito pôde ser visto, na mesma revista, na edição de 10 de dezembro de 2003, bem depois de o Fenômeno ter-se sagrado campeão do mundo em 2002. Na capa, aparecia a imagem de um Ronaldo sorridente; a manchete “O rei na intimidade” também denotava a mudança de tratamento da revista com o jogador, que abria sua vida pessoal para um repórter enviado especialmente a Madri pela publicação semanal.

Na imprensa diária, o processo de destruição da imagem do herói teve continuidade com as alusões sobre o excesso de peso de Ronaldo. A partir de 2004, o jogador não conseguiu mais repetir a performance do Mundial de 2002, e os rumores de que ele estaria fora de forma acabaram por inundar o noticiário esportivo. Em 09/04/2004, o jornal *O Estado de S. Paulo*, em seu caderno de Esportes, estampava a manchete “Torcida grita ‘gordo’ e irrita Ronaldo”. Em 03/02/2005, o diário *O Globo* trazia o tema para discussão, com a manchete “Ronaldo faz treino extra para recuperar a forma”. Fora das páginas esportivas, a falibilidade

---

<sup>26</sup> “R de campeão”, *Folha de S. Paulo*, 30/06/2002, Edição Extra, p. 32.

da figura mítica também era atestada pela desconstrução do herói, especialmente pelo colunista José Simão, da Folha de S. Paulo. Em 26/03/05, sua coluna vinha com o título “Buemba! O Ronaldo tá parecendo o Bussunda!”. Ao longo do texto, podia-se ler que o

*Fenômeno não é poupado pela torcida e é chamado de gordo! O Ronalducho tá uma bola. O Ronaldo tá parecendo o Bussunda imitando o Ronaldo! Ele voltou a ser o elefantinho da Cica! E o Parreira disse que o Ronaldo tá quase no peso. Tá quase no peso de um hipopótamo!*

Para completar a exposição negativa que Ronaldo vem recebendo da mídia, até o badalado casamento do jogador com a modelo Daniela Cicarelli serviu para depreciar sua imagem, desta vez devido à polêmica da festa de núpcias do casal, em que uma convidada acabou sendo expulsa pela noiva: “Modelo rouba a cena no casamento do ano”, era a manchete de *O Estado de S. Paulo* em 15/02/05. Ou seja, já em fevereiro a imprensa brasileira decretava que as bodas de Ronaldo representavam o “casamento do ano”, status que só pode ser atribuído a quem já atingiu o estágio de ídolo. Entretanto, o processo de recriação e restituição do mito também acompanha o de sua desconstrução. Ao mesmo tempo em que atesta a fraqueza e a vulnerabilidade do herói, o próprio discurso midiático realimenta a engrenagem responsável pelo endeusamento do ídolo. José Geraldo Couto, colunista da *Folha de S. Paulo*, afirmou após a partida Brasil x Uruguai pelas eliminatórias da Copa do Mundo, que

*Fenômeno mesmo Tudo bem: Ronaldo está gordo, Ronaldo perdeu gols feitos. Isso pode ser dito de inúmeros outros atacantes que atuam pelo mundo afora. Mas quantos outros, se é que algum, seriam capazes de fazer um gol como o primeiro que ele marcou contra o Uruguai, tirando o goleiro da jogada com um toque de ombro? Vá ser bom assim no meu time. (Parreira e os tempos, Folha de S. Paulo, 22/11/03)*

Alguns meses mais tarde, Soninha, também colunista da *Folha de S. Paulo*, elogiou o craque em coluna intitulada “Dá-lhe Gordo!” (03/06/04), ao relativizar a condição de excesso de peso do atacante. O mesmo se deu na coluna “O gorduchinho e a gorduchinha”, de Marcos Caetano, publicada no *Jornal do Brasil* em 07/06/2004:

*Ronaldo está gordo? Como uma vaca? Pode até ser. Mas que ele continua a ser a nossa vaca sagrada, a nossa vaca premiada, a nossa vaca leiteira que produz gols em profusão, isso ninguém pode negar. Não meço talento em arrobas. Gols, sim. E Ronaldo faz, a cada temporada, várias arrobas de gols. O gorduchinho tem um lindo caso de amor com a gorduchinha. Vamos deixá-los em paz.*

A presente análise pode ser concluída com a aproximação entre futebol e religião sugerida de maneira bastante singular pelo colunista José Geraldo Couto, em texto assinado às vésperas do Natal de 2002 na *Folha de S. Paulo*. Utilizando-se de imagens das Copas de 1994 e 2002, nas quais o Brasil “levantou a taça” por meio dos capitães Dunga e Cafu, Couto identifica no futebol a mesma “procura do sagrado” pregada pelas religiões, algo subjacente às narrativas míticas:

*(...) o vocabulário e a simbologia do futebol, a par de uma evidente vocação bélica (ataque, artilheiro, petardo, cidadela etc.), têm também toda uma vertente voltada para o mistério e o sagrado. (...) Uma defesa milagrosa, um gol espírita, um artilheiro iluminado, um craque em estado de graça. Essa religiosidade difusa, que talvez pudéssemos chamar de animismo ou de panteísmo, manifesta-se até nos apelidos de certos jogadores: o Divino, o Pé de Anjo, São Marcos. Não sei se isso é um fenômeno universal ou se é característico do que Darcy Ribeiro chamava de "nosso catolicismo santeiro, festeiro e milagreiro", mas o fato é que muita gente vai ao estádio como se vai a um templo, um terreiro ou uma mesa branca: para comunicar-se com o além. Com seus rituais de iniciação, sua liturgia e suas divindades, o futebol não deixa de ser uma espécie de missa. E não sei se alguém já reparou como o gesto de elevar uma taça de campeão acima da cabeça - à maneira de Bellini, Mauro, Dunga e Cafu - é idêntico ao do sacerdote que consagra o cálice de vinho.*

*Pouco importa se o sujeito que levanta a taça está gritando palavrões, como Dunga, ou declarando amor à mulher distante, como Cafu. O gesto ritual fala mais alto. Espero que os padres, os rabinos, os pastores e os pais-de-santo não se ofendam com a comparação profana e aceitem em sua mesa de Natal a companhia dos seguidores dessa outra forma de procura do sagrado, chamada futebol. No fundo, é a mesma busca. Para dizer como Bandeira, é o mesmo "anseio infinito e vão de possuir o que nos possui".<sup>27</sup>*

As mensagens simbólicas que os heróis do esporte (alguns deles alçados à condição de mito) transmitem para a sociedade possibilitam assim o estabelecimento de modelos de conduta, que por sua vez conduzem a ritualizações várias, a representações míticas e religiosas, a reinserções lingüísticas de um mundo no outro. Como afirma Campbell, não é a sociedade que deve orientar e salvar o herói, e sim o contrário. Dessa maneira, todos compartilhamos da suprema provação de experimentar as derrotas e vitórias do mito. E a ele, pois, resta nossa contemplação (ilustrada na imprensa), como dádiva oferecida pelos deuses que freqüentam os estádios.

#### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BARTHES, Roland. *A câmara clara*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.

\_\_\_\_\_. *Mitologias*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1993.

CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. São Paulo, Pensamento, 1992.

<sup>27</sup> José Geraldo Couto, “Em busca do cálice sagrado”, *Folha*, 23/12/02.

ELIADE, Mircea. *Aspectos do mito*. Lisboa, Edições 70, 1989.

HELAL, Ronaldo. *Passes e impasses*. Petrópolis, Vozes, 1997.

LÉVI STRAUSS, Claude. “A estrutura dos mitos”, em *Antropologia Estrutural*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1975.

MELLO E SOUZA, Cláudio. *Impressões do Brasil – a imprensa brasileira através dos tempos*. Rio de Janeiro, Grupo Machline (Sharp-Sid-Digibanco), 1986.

MOULLAUD, Maurice. “Da forma ao sentido” em *O jornal: da forma ao sentido*. [Maurice Mouillaud, Sérgio Dayrell Porto (org.)], Brasília, Paralelo 15, 1997.