

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO**

EDUARDO COSTA ANDRADE

**EXPECTATIVA, LUTO E EMOÇÃO: UMA ANÁLISE DA
CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE Ayrton Senna pelas
TRANSMISSÕES DA FÓRMULA 1 NA REDE GLOBO EM 1994**

São Cristóvão – SE

2020

EDUARDO COSTA ANDRADE

**EXPECTATIVA, LUTO E EMOÇÃO: UMA ANÁLISE DA
CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE Ayrton Senna pelas
transmissões da Fórmula 1 na Rede Globo em 1994**

Monografia apresentada como Trabalho de Conclusão do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe (DCOS/UFS), no semestre letivo 2019.2, como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Vitor Curvelo Fontes Belém.

São Cristóvão – SE

2020

EDUARDO COSTA ANDRADE

**EXPECTATIVA, LUTO E EMOÇÃO: UMA ANÁLISE DA
CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE Ayrton Senna pelas
TRANSMISSÕES DA FÓRMULA 1 NA REDE GLOBO EM 1994**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao curso de Jornalismo da Universidade
Federal de Sergipe (DCOS/UFS), como pré-
requisito para obtenção do título de Bacharel
em Jornalismo.

Nota: _____

Data de apresentação: ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Vitor Curvelo Fontes Belém
(Orientador)

Prof. Dr. Carlos Eduardo Franciscato

Prof^a. Dra. Máira Carneiro Bittencourt Maia

AGRADECIMENTOS

Não sou muito de palavras neste sentido, mas é importante deixar neste trabalho alguns agradecimentos – até pelo esforço para concluir isso tudo.

Primeiramente, agradeço a Deus, que me iluminou desde o começo desta jornada até chegar neste momento. Depois, agradeço muito à minha família. Aos meus pais, Karina e José Francisco, que desde o começo me apoiaram na escolha profissional e não mediram esforços para facilitarem o caminho. À minha querida avó, dona Nair, com seu abraço caloroso que me deu muitas energias positivas. Aos meus tios, Nara e Marcelo, que me tratam sempre como o filho que não tiveram. E ao meu irmão, João Arthur, que é um ombro amigo há 15 anos – especialmente se for para descontrair em qualquer momento.

Aos amigos, de qualquer lugar que sejam. Mas falo aqui especialmente a dois grupos.

Os da UFS, que tive o prazer de conhecer e dividir espaço na minha rotina nos últimos quatro anos. Desde o primeiro dia, com risadas, alegrias, tristezas, conselhos, bons e maus momentos. Não queria citar nomes para não cometer esquecimentos, mas deixarei dois que bem representam isso: os “parças” Emerson e Vinícius, que entre felicidades e aflições, foram os melhores amigos que eu poderia ter. A vocês e todos os outros (sei que entenderão ter citado apenas eles dois), os levarei no coração sempre. Isso não acaba aqui.

E os do Colégio Módulo, que conheci bem antes de entrar na Universidade. Estes já estão na minha vida há muito tempo e, com tantas mudanças de vida, rotina e visões, continuamos juntos como se nos víssemos todos os dias. Vocês são espetaculares.

À minha namorada, Louise, que chegou há pouco tempo, mas ocupa um grande espaço no coração. Por estar sempre ao meu lado, me apoiar a todo momento, ouvir muitos desabaços, aguentar meus erros e pensamentos de que não daria certo e acreditar que eu chegaria aqui, espero que ela saiba que tem todo o meu amor e que estarei aqui para tudo.

Aos professores que passaram pelo meu caminho nestes quatro anos, e me ajudaram a crescer e mudar as visões fechadas que tinha quando entrei. Em especial ao meu orientador, Vitor Belém, que com muita inteligência e paciência, me guiou até este momento.

E ao ser que, onde quer que esteja, em algum momento plantou a sementinha da Fórmula 1 na minha cabeça. Você não sabe o quanto me ajuda até hoje.

RESUMO

O presente trabalho analisará como a imagem de Ayrton Senna era explorada durante as transmissões ao vivo da Fórmula 1 pela Rede Globo, detentora única dos direitos de transmissão da categoria no Brasil. Como objeto de análise, serão utilizadas as transmissões completas e ao vivo da época, de quatro das 16 corridas da temporada de 1994 (ano da morte do piloto): os Grandes Prêmios do Brasil, San Marino, Mônaco e Austrália. Assim, o trabalho se debruçou a entender como a imagem do tricampeão mundial foi reforçada nestas transmissões, antes, durante e depois da morte, e analisar como ele é relacionado a conceitos bastante utilizados em seu nome: os de herói, mito e ídolo. Ademais dessa explicação dos três conceitos citados, a pesquisa faz uma abordagem geral da carreira de Senna e contextualiza toda a expectativa daquela temporada; e traz uma análise sobre o poder de influência da televisão na sociedade brasileira, sua relação com os esportes e a Fórmula 1 de forma específica. Os métodos utilizados para atingir tais objetivos foram o Estudo de Caso, com base principalmente nos estudos de Yin (2001), e a Análise da Materialidade proposta por Coutinho (2016). Diante disso tudo, com análises de questões como tempo de imagem na tela, quantidade de citações e variações nas narrações, pode-se perceber como as transmissões da Rede Globo reforçaram a imagem de Ayrton Senna apesar da sua morte, com a tentativa clara de usar o poder da televisão (e em especial da Globo) para manter o seu legado vivo, mesmo com sua partida. Por fim, notou-se como os conceitos de herói, mito e ídolo foram bastante utilizados, formando um imaginário forte do piloto com sua partida.

Palavras-chave: Ayrton Senna; Fórmula 1; Rede Globo; Televisão; Imagem.

ABSTRACT

The presente study will analyze how Ayrton Senna's image was explored during the live coverages of Formula 1 by Rede Globo, sole holder of category's broadcasting rights in Brazil. As an object of analyzes, the complete live broadcasts of four of the 16 races of 1994 season (his death's year) will be used: GPs of Brazil, San Marino, Monaco and Australia. Thus, the work focused on understanding how the image of the three-time world champion was reinforced in these broadcasts, before, during and after his death, and to analyze how he is related to concepts widely used in his name: those of hero, myth and idol. In addition to this explanation of the three mentioned concepts, the research takes a general approach to Senna's career and contextualizes all the expectations of that season; and brings an analysis of the power of influence of television in Brazilian society, its relation with sports and with Formula 1 in a specific way. The methods used to achieve these objectives were the Case Study, based mainly on the studies by Yin (2001), and the Materiality Analysis proposed by Coutinho (2016). Given all this, with analysis of issues such as time on the screen, number of quotes and variations in narratives, we can see how Rede Globo's broadcasts reinforced Ayrton Senna's image despite his death, with a clear attempt to use the power of television (and especially Globo) to keep his legacy alive, even with his departure. Finally, it was noted how the concepts of hero, myth and idol were widely used, building a strong imaginary of the driver with his departure.

Keywords: Ayrton Senna, Formula 1; Rede Globo; Television; Image.

IMAGENS

Figura 1: bandeirão da torcida para Ayrton Senna em Interlagos	56
Figura 2: Senna na grama após o abandono, com um gráfico que mostra os seus batimentos cardíacos	60
Figura 3: A concentração de Senna antes da corrida em San Marino	62
Figura 4: O momento da batida fatal de Senna	64
Figura 5: À esquerda do carro de Senna destruído, é possível ver a mancha vermelha de sangue no chão	68
Figura 6: Faixa em homenagem a Senna, em Mônaco, exibida antes da largada	73
Figura 7: Nigel Mansell comemora a vitória com a Williams que era de Senna, na mesma pista onde o brasileiro venceu pela última vez	76

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	Apresentação	10
1.2	Objeto de estudo e problema de pesquisa	11
1.3	Objetivos	12
1.4	Justificativa	12
2	HERÓI, MITO E ÍDOLO	15
2.1	O herói	15
2.1	O mito	18
2.1	O ídolo	22
3	AYRTON SENNA	26
3.1	Carreira na Fórmula 1	26
3.2	Temporada 1994	30
3.3	Piloto além das pistas	35
4	TELEVISÃO	38
4.1	Televisão na sociedade brasileira	38
4.2	Os esportes na televisão	42
4.3	Fórmula 1 e direitos de transmissão no Brasil	46
5	ANÁLISE	50
5.1	Procedimentos metodológicos	50
5.2	As corridas	55
5.2.1	GP do Brasil 1994 – A última em casa	55
5.2.2	GP de San Marino 1994 – A morte	61
5.2.3	GP de Mônaco 1994 – Seguindo em frente	70
5.2.4	GP da Austrália 1994 – “Missão cumprida”	74

5.2.5	Síntese	77
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
7	BIBLIOGRAFIA	85

1 INTRODUÇÃO

1.1 Apresentação

Mesmo 25 anos depois de sua morte, Ayrton Senna é considerado um dos maiores ídolos da história do esporte brasileiro. Dentro da pista, o piloto está no *hall* da fama da Fórmula 1 com três títulos mundiais, sendo tratado por alguns como o maior de todos os tempos. Fora dela, sua imagem foi elevada a níveis gigantescos.

Em 1994, ainda mais especificamente, havia muita expectativa sobre Senna. Recém-chegado à Williams, que nos anos anteriores havia sido disparadamente a melhor equipe da categoria – e como único piloto em todo o *grid* a já ter conquistado títulos –, o tricampeão era o grande favorito. Por isso, ampla cobertura e muita cobrança. Porém, o que parecia ser uma glória certa se transformou em grande tragédia: sua morte em um acidente durante a sétima volta do GP de San Marino, em Ímola, pela terceira corrida do campeonato.

Detentora única dos direitos de transmissão da F1 na época (e até hoje), a Rede Globo fazia uma cobertura ostensiva sobre Senna. Sua morte, obviamente, foi um divisor de águas. Analisando as transmissões ao vivo das primeiras corridas do ano com Senna vivo, sua morte e as corridas seguintes, é notável uma clara diferença de tom, além de uma tentativa de sempre rememorar sua memória em busca de manter a imagem do herói e a audiência fatalmente perdida (FOLHA DE S. PAULO, 1994).

Por isso, a pesquisa irá se debruçar em um estudo das transmissões de quatro das 16 corridas da temporada de 1994 pela Rede Globo. Com base em bibliografias e fontes de referência, busca-se entender como a imagem de Ayrton Senna era explorada durante as provas ao vivo antes, durante e depois da morte, e de que forma sua imagem foi reforçada. Isso será essencial para expor como a TV lidava com a imagem de Senna. Desta forma, o objetivo é entender seu impacto no público que acompanhava o automobilismo e na forma como o piloto brasileiro é visto até hoje.

Inicialmente, esta pesquisa envolveu um levantamento bibliográfico de livros, documentos e páginas que envolvessem todos os seus assuntos – Ayrton Senna, Fórmula 1, Rede Globo, televisão e construção do herói, do mito e do ídolo. Esta pesquisa foi realizada,

principalmente, pela forma exploratória. Para isso, antes de aplicá-la, é preciso defini-la. Segundo Gil:

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado (GIL, 2002, p. 41).

A base principal foi a pesquisa bibliográfica. Esta é bastante útil, pois permite uma “cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço” (idem, 2002, p. 45).

Outro meio utilizado foi a página “TV-Pesquisa”, da PUC Rio. A plataforma reúne acervo de notícias, em especial de jornais, relacionadas à televisão e vários aspectos da mesma (audiência, custos de produção, índices, poder aquisitivo, preferência, remuneração e valores), com os mais diversos temas, gêneros e meios de comunicação. Como o trabalho focou em acontecimentos da Fórmula 1 na década de 1990, o conteúdo de acervo foi importante para entendermos melhor algumas nuances desta conjuntura.

1.2 Objeto de estudo e problema de pesquisa

O objeto de estudo do trabalho foi a construção da imagem de Ayrton Senna nas transmissões da Rede Globo na temporada de 1994. A partir do estudo de algumas das transmissões ao vivo da época, foi possível identificar o problema e atingir os objetivos deste trabalho. Todas as corridas em questão são encontradas de forma completa na internet, o que facilita a produção.

Como já citado, Ayrton Senna é considerado um dos maiores ídolos do esporte brasileiro, dentro e fora das pistas. Em 1994, havia muita expectativa sobre Senna, e a Rede Globo fazia uma grande cobertura. Sua morte, obviamente, foi um grande impacto para todos e também mudou as coberturas das corridas.

Diante disso, o problema de pesquisa é: em que medida as transmissões da temporada

de 1994 da Fórmula 1 pela Rede Globo ajudaram a reforçar a imagem de Ayrton Senna? Como isso foi feito de diferentes formas, antes, durante e depois de sua morte? De que forma, mesmo com a sua passagem, os elementos das corridas faziam com que esta imagem se mantivesse viva? E quais estratégias ou termos foram utilizados pela emissora para continuar remetendo ao tricampeão?

Além de estudar a imagem do piloto, esta pesquisa também acaba remetendo ao estudo da televisão e sua influência. Isso é essencial para a comunicação, ainda mais em se tratando de Brasil, onde 63% da população se informa majoritariamente pela TV (GOVERNO FEDERAL, 2017). Neste cenário, a Rede Globo continua sendo a principal com boa folga, atingindo mais de 100 milhões de pessoas todos os dias em suas plataformas (REDE GLOBO, 2017).

1.3 Objetivos

- Geral: analisar como a imagem do piloto Ayrton Senna foi construída nas transmissões das corridas da temporada de 1994 da Fórmula 1 na Rede Globo.
- Específicos:
 - Explicitar os elementos da narrativa que reforçam a imagem do piloto;
 - Diferenciar o tom da narrativa antes, durante e depois de sua morte;
 - Mostrar como é construída a relação entre o herói e o esporte pela mídia;
 - Verificar possíveis impactos da morte do piloto nas transmissões da Globo.

1.4 Justificativa

A Fórmula 1 é um dos principais esportes do planeta e muito popular em inúmeros países, especialmente o Brasil (MOTORSPORT.COM, 2019¹), que tem três campeões mundiais. O último deles, Ayrton Senna, é um dos maiores ídolos do nosso esporte (LORDELLO, 2017²). Estudar a sua imagem e seu legado é importante, já que a sua figura

¹ Em 2018, a Fórmula 1 teve um aumento global de audiência em 10%, chegando a 490.2 milhões de pessoas. O Brasil liderou o alcance de TV mundial, com 115.2 milhões de pessoas.

² Pesquisa de 2016 (Datafolha) elegeu Senna como o maior ídolo do esporte brasileiro em todos os tempos.

ainda cativa muitas pessoas, mesmo mais de 25 anos após o acidente. O ano de 1994 teve sua morte como um dos eventos mais marcantes e as imagens ainda são vivas nas memórias de quem as acompanhou, então naturalmente existem muitas histórias e teorias sobre o fato. Por isso, o acidente de San Marino/1994, suas reações e as formas como isso foi abordado falam bastante sobre o que era o Brasil. Além disso, a motivação pessoal do autor, que acompanha o esporte desde a infância e continua o fazendo ostensivamente até hoje, é um ponto importante para a produção e a realização desta pesquisa.

Como já citado anteriormente, a TV é extremamente influente no cenário brasileiro, em especial a Rede Globo. Essa situação era ainda mais intensificada nos anos 1990 (FOLHA DE S. PAULO, 1994³), com uma presença ainda maior da televisão como meio principal de informação. Por isso, estudar as formas de atuação da mesma e como ela influencia opiniões nos ajuda a entender mais sobre comunicação e mídias no Brasil.

Em se tratando de Ayrton Senna, muito se fala sobre ele, mas pouco sobre as transmissões da época. Estas, nas quais milhões de brasileiros sintonizavam em vários fins de semana, tinham um posicionamento de torcida que influenciou bastante na forma como o piloto era visto. Em uma rápida pesquisa sobre o assunto, encontramos vários trabalhos sobre o atleta, sua morte, títulos e influência da mídia, mas quase nenhum que venha a se debruçar especificamente neste aspecto. A maioria dos trabalhos se relaciona com as coberturas impressas, em especial as de jornais. Por isso o trabalho em questão ganha ainda mais importância, trazendo um fator de novidade necessário.

Apesar de se tratar de um tema já “antigo”, a pesquisa tem seu cunho de atualidade. Em 1º de maio de 2019, foram completados 25 anos da morte de Ayrton Senna. A data, que gerou muitas homenagens e lembranças dos tempos de carreira do tricampeão, mostraram o quão viva está sua imagem mesmo com todo esse tempo. Ademais, mesmo com duas décadas e meia de morte, Senna ainda é o último brasileiro campeão mundial de Fórmula 1. A imagem de um esporte que ainda gera repercussão no Brasil, com tudo isso, continua muito ligada à carreira e aos feitos do piloto. Desta forma, ainda se torna atual falar sobre Ayrton Senna, e entender a forma como a idolatria fora construída e reforçada ajuda a

³ Podemos citar como exemplo a Copa do Mundo em 1994, realizada pouco mais de um mês depois da morte de Senna. Nela, a Globo liderou a audiência no país, com 61% do público dos jogos do Brasil, contra 27% da Bandeirantes e 9% do SBT.

mostrar o porque dessas ideias ainda serem, em grande parte, mantidas até hoje.

A partir da pesquisa bibliográfica, das prováveis entrevistas e do acervo coletado, a pesquisa se deu em quatro partes. A primeira delas tratou de herói, mito e ídolo: os conceitos e diferenças entre ambos os termos e como eles se encaixam. A construção e a narrativa utilizadas pela mídia para reforçar esses “estereótipos” foram presentes.

A segunda parte tratou de Ayrton Senna. A pesquisa aborda toda a carreira do tricampeão, falando de sua trajetória nas pistas e suas principais glórias. O que ele fez dentro e fora das pistas que o tornou um ídolo tão grande para o Brasil? Este lado “extra-pista” também é explorado, para ajudar a contextualizar a época, a imagem e importância de Senna para o brasileiro. Ademais, também foi feita uma retrospectiva da temporada de 1994, mostrando toda a expectativa e o ápice no fim trágico no acidente do GP de San Marino.

A terceira parte fala sobre a televisão. O objetivo é mostrar, de acordo com sua trajetória, como esta mídia influenciou - e ainda influencia - a nossa sociedade. Neste sentido, o foco é a Rede Globo, principal emissora do país, alvo de muitos julgamentos e detentora dos direitos de transmissão da Fórmula 1. Também há um espaço para falar sobre o esporte na TV, transmissões de eventos, da F1 e de como funciona sua exibição.

Por fim, virá a análise das corridas de 1994. Por meio do estudo de quatro das 16 corridas da temporada em questão pela Rede Globo, será possível atingir os objetivos do trabalho. A meta é mostrar como nestas transmissões foi reforçada a imagem de herói de Ayrton Senna, expondo quais elementos foram utilizados, o tom das narrativas e como foi construída esta imagem em questão.

2 HERÓI, MITO E ÍDOLO

2.1 O herói

O conceito de herói não é tão simples de se definir – este termo pode ser entendido ou referenciado de várias formas. De qualquer forma, a ideia construída sobre o herói é algo que gera muito interesse na sociedade. De acordo com o dicionário, o herói é o “homem que era divinizado depois de sua morte; semideus; Homem que se notabiliza por feitos guerreiros ou atos de grande coragem; Indivíduo que se distingue por seus feitos” (MICHAELIS ONLINE, 2020).

“Em nosso tempo, mesmo, o interesse pelas palavras e atos dos indivíduos notáveis alargou-se a ponto nunca antes atingido” (HOOK, 1962, p. 11). A sua imagem clássica, e que permanece até hoje, preza pelo épico, o improvável, a superação de dificuldades. “[...] a narrativa épica clássica, adotando o ponto de vista do herói, trata de metamorfosear a negatividade em positividade, e o herói épico tem, por isso, um percurso fundamentalmente mais pelo elevado do que o herói trágico, cujo percurso é o da queda” (KOTHE, 1985).

Entre os fatores que influenciam na construção da imagem do herói, encontram-se três em especial: a capacidade de liderança, a exploração pela personificação deste líder e a busca da sociedade por um salvador, que esteja atento aos problemas e seja a esperança do ponto de virada para a superação de crises (HOOK, 1962). Estes também são usados pelos próprios heróis: os motivos de interesse acabam sendo utilizados pelos mesmos para que eles possam ter o impacto que creem ser possível na sociedade.

As fontes psicológicas de interesse pelos grandes homens podem, com igual justificação, ser consideradas como meios pelos quais os grandes homens exercem influência sobre seus seguidores. Estas fontes são, resumidamente, (a) a necessidade de segurança psicológica, (b) a tendência para procurar compensações para limitações de ordem pessoal e material, e (c) a fuga da responsabilidade que se expressa algumas vezes pelo atirar-se a soluções fáceis e algumas vezes por uma rendição de interesses políticos a políticos profissionais (idem, 1962, p. 24).

Essa edificação do herói, segundo Kothe, é a principal responsável pelo peso do termo. “Nenhum herói é épico por aquilo que faz; ele só se torna épico pelo modo de ser

apresentado aquilo que faz. Assim, também, o anti-herói só deixa de ser ‘herói’ por ele não se enquadrar no esquema de valores subjacente ao ponto de vista narrativo” (1985, p. 16). Desta forma, o herói transita durante vários momentos de sua vida entre o alto e o baixo. Ele está no alto por estar embaixo, e vice-versa – o típico do personagem é esta união de opostos que se atraem (idem, 1985).

Para ser o personagem central de sua história, o herói precisa de uma característica: ser esférico. “[...] os personagens dominantes nas grandes narrativas são personagens esféricos, que, com a sua dinâmica, movimentam ainda mais aquilo que os movimenta” (idem, 1985, p. 38). Kothe ainda complementa ao lembrar que o herói precisa demonstrar qualidades para ser classificado como tal, mas não pode ter apenas estes pontos – para não se tornar um personagem trivial.

Quando se quer criar um personagem apenas sublime, elevado, acaba-se criando alguém artisticamente baixo porque carente de veracidade. Todo personagem que apenas corporifique qualidades positivas ou negativas é um personagem trivial, pois foge à natureza contraditória das pessoas e não questiona os próprios valores. A trivialidade corresponde a uma visão ingênua ou, talvez, à visão que se tem nas horas de paixão absoluta, seja de amor, seja de ódio. Pode ser, também, uma economia estrategicamente necessária à condução da obra (idem, 1985, p. 58).

Essa movimentação pode vir para o bem ou para o mal, com o herói sendo um trágico ou um épico. O trágico é visto como um potencialmente épico que deu errado, enquanto o épico é um potencialmente trágico que deu certo, e um sendo diretamente responsável pelo surgimento do outro (idem, 1985). O conto trágico, diante de todas as circunstâncias, acaba por ser até mais chamativo do que outros por conta desta carga de dramaticidade envolvida. “O trágico procura mostrar a queda do elevado e a grandeza do caído: por isso a tragédia tende a ser um gênero maior, mais denso e mais completo do que a comédia” (idem, 1985, p. 45).

De qualquer forma, o herói é um protagonista, aquele que recebe os louros e se torna o centro das atenções em torno de tudo que é construído. Acaba sendo, direta ou indiretamente, necessário para o desenvolvimento da história. Ele “se destaca de um modo qualitativamente único dos outros homens na esfera de sua atividade e, ainda mais, que o registro das realizações em qualquer setor é a história dos feitos e pensamentos de heróis”

(idem, 1985, p. 29). O herói também precisa ser um gênio que se adapte às mais variadas situações e problemas, sendo o que quiser e puder ser de acordo com o local onde convive (HOOK, 1962).

Como qualquer ser humano, o herói vive em sociedade. Ele interage, age e se comunica com as mais diversas pessoas, que inclusive constroem a imagem elevada que aquele possui. Por isso, esta interação é um fato extremamente importante para ajudar a explicar a noção do herói. “[...] uma personalidade histórica não pode ser explicada apenas do ponto de vista de sua psicologia individual; que seus traços, intelectuais e morais, são produtos de uma interação contínua entre capacidades inatas e condições sociais” (idem, 1962, p. 97). Assim, entendemos que o grande homem pode ser decisivo em uma situação, mas nem sempre o é porque outros aspectos que podem estar além de sua personalidade entram e têm significativo impacto (idem, 1962).

O herói também pode ter grande identificação com a nação. É nele que muitas pessoas acabam se identificando, especialmente se este for da ideologia considerada dominante. Ele pode representar a imagem daquele local, e em muitos casos precisa também de um vilão para que possa crescer ainda mais. Porém, ao chegar em determinado nível de importância, este herói não pertence mais apenas a uma nação, e sim a todo o mundo. Desta forma, outros Estados e ideologia podem usufruir de certos detalhes para incorporarem a si mesmos esta imagem do herói (KOTHE, 1985).

O herói na história pode ter duas atribuições específicas. Como lembra Hook, ele pode ser classificado como homem-momento ou homem-época. Os significados de cada um são bastante claros.

O homem-momento é qualquer homem cujas ações tenham influenciado desenvolvimentos subsequentes numa direção completamente diferente daquela que teria sido seguida se essas ações não tivessem sido perpetradas. O homem-época é um homem momento cujas ações são as de consequências de extraordinária capacidade de inteligência, vontade e caráter, em vez de acidentes de posição (HOOK, 1962, p. 130).

O homem-momento tem sim a sua importância, precisa ser historicamente valorizado e exerceu, em alguma determinada situação, um papel fundamental. Mas este papel poderia ser exercido por qualquer outra pessoa, e não é difícil encontrar habilitados ou habilitadas

para tal. Ou seja, o homem-momento é aquele que fez algo grande, mas que não necessariamente foi por conta dele, mas sim também por ele. Já o homem-época tem o traço do diferente, do genial. Como já citado anteriormente, o herói também precisa ter lapsos de genialidade e saber se adaptar às mais variadas situações. Quando o herói toma uma atitude que muda drasticamente e de forma única o rumo de determinado fato, ou até mesmo cria outro – mostrando que ele foi o responsável por aquilo e só ele poderia ter sido –, estamos diante de um homem-época. E este tem a consciência do fato.

É o herói como homem-época que deixa a marca positiva de sua personalidade na História – uma marca que ainda se observa depois de ele desaparecer do cenário. O simples homem-momento, cujo dedo tampa um orifício ou dá o tiro que deflagra uma guerra, raramente é consciente da natureza da alternativa com que se defronta e da sequência de acontecimentos que sua ação inicia (idem, 1962, p. 133).

O termo “máquina” é de compreensão essencial para o contexto deste herói. Ele deve se unir à máquina, ou já fazer parte dela inicialmente, para obter êxito na maioria dos casos. No caso do homem-momento, ele pode simplesmente tomar atitudes importantes e cumprir seus compromissos com a classe que apoiou o seu domínio da máquina. Já com o homem-época, que tem como característica a tomada de decisões que mudam rotas do destino, ele deve dominar a máquina para que não fuja dos trilhos. Isso pode ser feito de diversas formas, como o convencimento psicológico ou pela concessão de privilégios (idem, 1962).

Mas há situações que nem mesmo o maior dos homens-épocas pode controlar. Fatos de grande peso na sociedade, como guerras, crises econômicas ou convulsões sociais, ocorrem em uma conjuntura de anos de construção. Por isso, estas questões acabam sendo alheias até mesmo à influência do homem-época. “Elas eclodem com tal fúria que nem o homem-época em potencial nem seu prosaico cantineiro se lhe podem opor, embora eles possam suportá-las de modo diverso” (idem, 1962, p. 146).

2.2 O mito

O mito também é um termo que gera várias interpretações. Logo de cara, podemos identificá-lo como discurso em que as sociedades espelham suas questões de existência ou

até acima dela. Mas ele também pode expressar um fato, uma passagem dos tempos, uma tradição ou algo sem realidade, que acontece de maneira extraordinária. Com isso, o que se pode pensar inicialmente é que o mito carrega uma mensagem que não necessariamente é dita diretamente, e precisa ser decifrada. Além disso, ele nem sempre é necessariamente verdadeiro em seu conteúdo bruto, mas possui um valor social até de estímulo aos pensamentos e comportamentos humanos (ROCHA, 2006).

Tal definição se encaixa com o que diz o dicionário sobre o mito.

História fantástica de transmissão oral, cujos protagonistas são deuses, semideuses, seres sobrenaturais e heróis que representam simbolicamente fenômenos da natureza, fatos históricos ou aspectos da condição humana; fábula, lenda, mitologia; Interpretação ingênua e simplificada do mundo e de sua origem; Uma pessoa ou um fato cuja existência, presente na imaginação das pessoas, não pode ser comprovada; ficção (MICHAELIS ONLINE, 2020).

Como já dito anteriormente, o mito se relaciona diretamente com a sua sociedade. “O mito é, pois, capaz de revelar o pensamento de uma sociedade, a sua concepção da existência e das relações que os homens devem manter entre si e com o mundo que os cerca [...] A eficácia do mito e não a verdade é que deve ser o critério para pensá-lo” (ROCHA, 2006, p. 12-14). É a partir dessa relação que ele se divide em dois eixos. Ele se explica no eixo horizontal, comparado com outros mitos anteriores, ou no eixo vertical, na comparação com a estrutura e a visão da sociedade (idem, 2006).

O mito se encontra na existência. A compreensão de seu significado pode ser inútil, e o melhor a fazer é senti-lo, como lembra Rocha. “Resiste a tudo, fazendo no fundo com que suas interpretações sejam, quase sempre, matéria-prima para novos mitos. Por isso, a pergunta ‘o que é mito?’ muito provavelmente não tem resposta” (2006, p. 16-17).

É bom lembrar que o mito não se refere apenas a pessoas vivas. No século XIX, por exemplo, Sol e Lua eram exaltados, assim como planetas e a cor do céu (idem, 2006). Hoje, o mito também está ligado a símbolos da cultura, como os super-heróis dos quadrinhos que são estudados por autores como Umberto Eco. Este define mitificação como “uma simbolização incôscia, uma identificação do objeto com uma soma de finalidades nem sempre racionalizáveis” (RODRIGUES, 2016, p. 8).

Rocha cita outro autor, Sir Edward Bunnett Tylor, para destacar os níveis dos mitos. “No primeiro, entre os ‘primitivos’, a criação mítica se prestava a um desejo de entendimento dos fenômenos naturais. No segundo nível, nas sociedades mais ‘adiantadas’, ela poderia ser o reflexo de acontecimentos históricos e tradições culturais” (ROCHA, 2006, p. 34).

O entendimento maior possível destes mitos depende muito do trabalho de campo. Na Antropologia, o trabalho com as sociedades cujas quais alimentam os mitos faz com que eles sejam cada vez mais vividos e interpretados. Estes passam a ganhar mais espaço dentro do ser humano e se expressam da sua maneira (idem, 2006).

O mito, que pode aparecer em vários locais e ser compartilhado por culturas diferentes pelo mundo, acaba padronizando um arquétipo no ser humano. Este arquétipo está relacionado à impressão de que determinada coisa possui uma espécie de marca. Como lembra Eco, são aspirações fixas que promovem o seu reconhecimento, especialmente quando é comercializado, como nos super-heróis dos quadrinhos (RODRIGUES, 2016). Assim, cada um pode encontrá-lo à sua maneira. “Conteúdo e manifestação do inconsciente coletivo. Encontrado nas mais diversas culturas humanas e, num passe de mágica arquetípica, reencontrado no mais fundo da cuca de cada um de nós” (ROCHA, 2006, p. 43). O arquétipo, no fundo, está diretamente ligado à cultura da sociedade. Não se pode pensá-lo “senão como um elemento da cultura, tanto no sentido de receptor de valores grupais quanto agente de expressão de transformações ou necessidade de mutação” (RUBIO, 2001, p. 82).

Talvez o mito mais conhecido da história seja o de Édipo, um dos mais lembrados episódios da cultura grega. Como o mito em geral, Édipo tem várias interpretações, mensagens e enigmas. “Édipo é um mito exemplar por onde quer que se olhe. Exemplar pela sua força, exemplar pelas suas mensagens. Exemplar pelo que coloca em jogo e pelos diferentes jogos propiciados pelas suas interpretações” (ROCHA, 2006, p. 46). Estas interpretações são essenciais, pois dão novos significados e renovam o mito. Elas não superam uma a outra e não tentam se sobressair, mas pelo contrário: vão se juntando ao que já existe para que agreguem ainda mais (idem, 2006).

Acima de tudo, o que traz uma identificação ao mito é sua ligação com quem o interpreta. Aquele que lê ou assiste ao mito se identifica com o tal porque vê nele algo de si. O ser humano comum, que não tem nenhum grande poder, sente-se parecido com o

personagem mitológico ao observar estas características. “Constrói-se um mito, também, pela identificação e aproximação. O indivíduo comum, funcionário, sem recursos, dotes e força, se identifica imediatamente” (RODRIGUES, 2016, p. 8-11).

É o caso, por exemplo, do esporte. Ao observar grandes atletas com suas narrativas heroicas e ganhando características até certo ponto semelhantes à do mito, o ser humano comum o idolatra ainda mais pela identificação, o que em certos momentos ganha até características literalmente elevadas. “O comportamento esportivo tem como suporte um imaginário que é reprodução, sob forma dessacralizada ou secularizada, do imaginário religioso arcaico” (RUBIO, 2001, p. 105)

O mito pode se encaixar durante a jornada. Uma das características da narrativa mitológica é a quebra de mensagens, que se encontram com o tempo e “desvendam” o enigma. Isso mantém a unidade de poder e só assim é descoberta sua verdade (ROCHA, 2006).

Neste encaixe pode acontecer um fenômeno chamado de desmistificação. Apesar de ser menos comum, é possível quando o personagem, ser humano ou entidade atua de forma a perder a imagem construída. “Quando falamos de desmistificação, explica Eco, nos referimos a todo processo de dissolução de um repertório simbólico institucionalizado, o que ocorreu, por exemplo, com alguns elementos da cristandade” (RODRIGUES, 2016, p. 8).

Acima já foi citado que o mito é lido e interpretado pelo interlocutor. Porém, a sua leitura não é comum, como se fosse uma revista, por exemplo. Só com uma interpretação diferenciada este mito pode ser compreendido.

Um mito não pode ser lido linha por linha, da esquerda para a direita, começando no início da página e terminando no fim dela. Em resumo, ele não pode ser lido da mesma maneira que você fez para ler todo este trecho. Um mito, para ser entendido, requer um procedimento de leitura diverso daquele que normalmente adotamos com outras literaturas que passam sob os nossos olhos. Um mito deverá ser lido como uma partitura musical [...] Um mito não nos mostra seu significado básico, fundamental, através da sequência dos acontecimentos tal como são apresentados na estória linear que lemos normalmente. [...] Temos que ler o mito em dois níveis. Tanto no sentido normal de qualquer leitura quanto como um todo muitas vezes referenciado a outros mitos próximos daquele (ROCHA, 2006, p. 82).

No mundo contemporâneo, especialmente em relação às artes, o mito acaba sendo

um personagem fixo, como citado anteriormente. Por isso há a necessidade de filmes, livros, séries e outras obras buscarem estratégias romancescas, de novidades e malabarismos de quem as produzem, criando cada vez mais artifícios para atraírem o público – isso porque aquela característica mitológica será, teoricamente, sempre a mesma (RODRIGUES, 2016). Outro efeito desse avanço da modernidade é o excesso de exposição do mito, que aparece em todo lugar, a quem quiser vê-lo.

O mundo moderno, capitalista, contemporâneo é um belo exemplo de sala de visitas do mito. Aqui, bem em frente aos nossos olhos, anúncios publicitários, filmes, notícias de jornais, super-heróis, música popular, fotografias, etiquetas, modas, televisão, programas de rádios, *superstars*, superstições, consumo, supermercados, esportes, *best sellers* nos contemplam, seduzem e abandonam. Todo este universo tão próximo e tão rotinizado em nossas vidas. Tão aí presente, inapelável e, por isso mesmo, um constante desafio à interpretação (ROCHA, 2006, p. 94).

Por fim, podemos dizer que o mito não possui sólidas definições ou verdades, mas varia com o imaginário de quem o vê. A sensação de cada um é o que o constrói. O mito entra na narrativa da sociedade e dialoga com ela, para o lado bom ou ruim. O mito pensa a nós, então precisamos saber pensá-lo (idem, 2006).

2.3 O ídolo

A idolatria é algo pertencente à sociedade há eras. Ela tem seu conceito básico definido por parte da Igreja, que em imagens, cultuava divindades que se tornavam ídolos para as pessoas. Esse culto fez parte de um processo de consolidação do domínio da Igreja Católica durante eras, sendo exposto também na literatura e na cultura.

A “mitificação” das imagens era, portanto, um fato institucional, que partia de cima, codificado e decidido por homens da Igreja como o Abade Suger, que, por seu lado, se apoiavam num repertório figural fixado por séculos de hermenêutica bíblica, e finalmente vulgarizado e sistematizado pelas grandes enciclopédias da época, pelos bestiários e lapidários. É verdade que quem fixava o valor e o significado dessas imagens de certa maneira identificava tendências mitopoieticas que vinham de baixo, colhendo o valor icônico de certas imagens arquétipos e tomando de empréstimo a toda uma tradição mitológica e iconográfica elementos que agora, na fantasia popular, caminhavam associados a certas situações psicológicas, morais,

sobrenaturais (ECO, 2008, p. 240).

De acordo com o dicionário, o ídolo tem uma definição relativamente semelhante aos dois termos anteriores. “Estátua, figura ou imagem que representa uma divindade e que é objeto de adoração; Objeto de grande amor ou de extraordinário respeito e admiração; herói” (MICHAELIS ONLINE, 2020).

Este objeto, como já dito, muitas vezes representa uma projeção do que queremos ser. Ele carrega características próprias, nas quais os ser humano se inspira. É “o estereótipo associado a certo corpo de significado e um sistema de associações recorrentes, e a cada vez que retorna todo o sentido é novamente lembrado, formando novos relacionamentos” (CAMPBELL, 2003, p. 70). Ou, como lembra Eco, o objeto “é a situação social e, ao mesmo tempo, o seu signo: consequentemente, não apenas um fim concreto perseguível, mas o símbolo ritual, a imagem mítica em que se condensam aspirações e desejos” (2008, p. 243).

Além da projeção, o enredo é uma característica importante. A forma como a jornada desse ídolo se dá influencia diretamente na sua visão. Estes enredos podem ser das mais variadas formas e estilos, gerando diferentes tipos de idolatria.

Tem-se um enredo trágico, estabelece Aristóteles, quando ocorre à personagem uma série de acontecimentos, peripécias e agnições, casos lamentáveis e terríficos, que culminam em catástrofe; tem-se um enredo romântico, acrescentaremos, quando esses nós dramáticos se desenvolvem numa série contínua e articulada que, no romance popular, tornando-se fim em si mesma, deve, o mais rápido possível, proliferar *ad infinitum* (idem, 2008, p. 251).

Em se tratando de esporte, a construção do ídolo pode se dar por muitos fatores. Primeiramente, é importante destacar que, neste caso, o ídolo está sempre ligado às vitórias, triunfos e resultados positivos. Dificilmente um ídolo será construído – seja pelo público, imprensa, etc. – se não for um vencedor. Como destaca Campbell, “é aí que a vida está de fato – nas prateleiras mais altas, não nas mais baixas” (2003, p. 255). Ainda mais no esporte, em que há uma competição direta entre dois oponentes na disputa, a história é definitivamente contada, a exceção de raríssimos casos, pelos vencedores.

Porém, este aspecto não é o único que constrói o ídolo inserido no meio esportivo.

As narrativas a respeito da trajetória de vida dos ídolos rumo à fama e ao

estrelato apresentam características muito semelhantes. Em quase todas podemos observar a ênfase num passado difícil, perdas na infância, aliadas ao talento inato que surge desde cedo, além de provações e obstáculos que os candidatos a herói devem ultrapassar. [...] Essas condições adversas são consideradas necessárias para se alcançar o posto de herói (CATALDO, 2003, p. 86).

As definições de ídolo costumam dialogar diretamente com a sociedade. Estando incluso nela, o esporte naturalmente abstrai alguns aspectos para si que refletem o meio onde vivemos. Por isso, o conceito do que é e de quem poderia se caracterizar como ídolo depende muito desses consensos sociais e de um imaginário coletivo, onde a sua imagem, sendo positiva ou negativa, é criada perante à sociedade (OLIVEIRA; COUTO, 2011).

Dentro do contexto esportivo, a identificação é um ponto ainda mais central. Isso é bem ilustrado em exemplos como o do mito do *Superman*, de Umberto Eco. “Clark Kent personaliza, de modo bastante típico, o leitor médio torturado por complexos e desprezado pelos seus semelhantes; através de um óbvio processo de identificação” (ECO, 2008, p. 248). O público que consome o produto não quer apenas assistir, mas também se identificar com os que estão na disputa. É uma forma, assim, de se sentir parte daquilo que acontece, e o atleta se torna um modelo.

Os ídolos são na verdade tipos de identidades culturais, em que os indivíduos se identificam básica e inicialmente pelos seus talentos como esportistas, atletas e artistas, para assim depois por seus valores morais e histórias de vida que são apresentadas pela mídia [...] No jornalismo a importância do ídolo esportivo está ainda em servir de exemplo para a população como um todo (MUSSA, 2010, p. 13-18).

Como exposto acima, o jornalismo e a mídia como um todo são parte fundamental desta construção. Quando o atleta apresenta determinadas características importantes, como o carisma e a história de vida inspiradora, o seu fator midiático naturalmente cresce. A partir dele, a mídia utiliza de sua imagem, principalmente por meio do jornalismo, para torná-lo um ídolo. Importante lembrar que o processo pode ser também o contrário: quando a imagem deste ídolo cai, os símbolos caem junto, afetando a sua comunidade de fãs e seguidores. Este déficit não é só técnico ou simbólico, mas também psicológico (ECO, 2008).

E é a partir disso que entra o público e a forma como ele consome o produto.

Para grande parte dos jornalistas a recepção do público é o melhor termômetro para avaliar o potencial que determinado jogador tem para ser um ídolo. Seja pela audiência na televisão, no número de exemplares de um jornal vendido ou mesmo com o número de cliques em uma página da internet que tenha um determinado atleta como personagem central da reportagem. A imprensa por sua vez, vai atrás desse público consumidor de esporte, valorizando aqueles que atraem, que trazem o telespectador, no caso da televisão, por exemplo (MUSSA, 2010, p. 29).

É essencial lembrar que tal público não é passivo. Pelo contrário: pode influir diretamente – sem ele não se faz o esporte, e é ele quem o consome e promove sua popularidade, até passionadamente. “O esporte permite as demonstrações de paixão nas ruas, nas residências, no trabalho [...] O torcedor, muitas vezes, ignora a técnica e é puramente passional, esperando que alguém o represente com excelência” (STAUDT, 2009).

Todos os elementos já citados precisam convergir simultaneamente para que o ídolo possa ser considerado como tal. É a partir disso que o esporte alavanca a imagem de seus atletas, tornando-os estrelas muito conhecidas. E claro, o esforço é essencial: por mais que as habilidades em vários casos soem como “naturais”, sem o trabalho duro para seu fortalecimento, o ídolo não se sustenta. Este esforço é bastante reconhecido pela sociedade, que o põe na balança ao escolher seus ídolos (HELAL; CABO; MARQUES, 2009).

A idolatria também pode ser bastante regionalizada, com características próprias. “Cada mitologia é, naturalmente, orientada para determinada situação histórica; ela surge de um povo, de uma província, e desse determinado povo, dessa determinada província. Há, portanto, uma modulação local” (CAMPBELL, 2003, p. 77). É o caso do Brasil, por exemplo, que monopoliza uma cultura esportiva forte do futebol e dificulta a criação de ídolos grandes em outros esportes.

3 AYRTON SENNA

3.1 Carreira na Fórmula 1

Ayrton Senna é considerado um dos maiores pilotos da história da Fórmula 1. Tricampeão mundial em 1988, 1990 e 1991, o piloto brasileiro foi um dos principais nomes de sua geração e, mesmo 25 anos após a sua morte, deixou uma legião de fãs até hoje.

Uma das mais recentes pesquisas feitas pela revista inglesa *F1 Racing* perguntava, em fevereiro de 2003, quais eram as 25 pessoas mais importantes na história da Fórmula 1. O júri era formado por 32 respeitados ex-pilotos, engenheiros, chefes de equipe e jornalistas. E a ideia era saber quais foram os que mudaram o esporte, os que, como diz a revista, “fizeram a diferença”. Ayrton ficou em terceiro. Atrás de Bernie Ecclestone, o primeiro, e Enzo Ferrari, o segundo. Os pilotos mais próximos de Senna foram Jackie Stewart, o quinto, Fangio, o sexto, Schumacher, o sétimo, e Jim Clark, o nono (RODRIGUES, 2004, p. 611-612).

Senna iniciou sua carreira na Fórmula 1 em 1984. Depois de anos de sucesso nas categorias de base, foi pela modesta equipe Toleman que o piloto começou sua jornada na principal categoria do automobilismo. Apesar de não ter um carro tão forte, ele mostrou seu grande talento e conseguiu um resultado outrora improvável: o nono lugar no campeonato com pódios em Mônaco, na Inglaterra e em Portugal.

Em 1985, Senna se transfere para a Lotus. É na equipe inglesa que ele começa a despontar para o mundo como uma promessa e futuro campeão mundial. Em seu primeiro ano no time, o brasileiro consegue o quarto lugar na tabela do campeonato. Além disso, ele conquista as suas duas primeiras vitórias na carreira em Portugal e na Bélgica. A primeira delas, coincidentemente, acontece justamente no dia da morte de Tancredo Neves - 21 de abril de 1985 (MARUM, 2015).

Senna seguiu por mais duas temporadas correndo pela Lotus. Em 1986, roteiro igual ao do ano anterior - duas vitórias (Espanha e Estados Unidos) e o quarto lugar no campeonato de pilotos. Já em 1987, apesar de manter as duas vitórias, dessa vez em Mônaco e nos Estados Unidos, Ayrton agora aparece na terceira colocação do campeonato. Mesmo assim, ele não estava satisfeito, e queria uma equipe que lhe desse um equipamento de ponta e capaz de um título. “À medida que a temporada se aproximava do final, a impaciência e a taxa de

risco de Senna iam aumentando” (RODRIGUES, 2004, p. 211). Por isso, após muita negociação, ele consegue uma vaga para a McLaren em 1988.

E é a partir de 1988 que Senna começa a construir o seu legado de títulos na Fórmula 1. Logo em seu primeiro ano na equipe inglesa, o brasileiro inicia sua grande rivalidade com o companheiro de time, o francês Alain Prost, e sai dela com o seu primeiro campeonato mundial. Com um carro extremamente dominante, a McLaren passeou - foram 15 vitórias em 16 corridas, sendo oito de Senna e sete de Prost. O título veio em 30 de outubro de 1988 após um triunfo do brasileiro no GP do Japão, em Suzuka, penúltima prova do ano. Como lembra Rodrigues, “Senna cruzou a linha de chegada urrando dentro do capacete. Batia na cabeça e gritava todos os palavrões que conhecia” (2004, p. 264).

Em 1989, ele chegava com grande moral: #1 em seu carro e um título mundial para defender. Foi neste ano, porém, que a rivalidade com Alain Prost ganhou proporções inimagináveis. Ayrton Senna e o francês tiveram problemas de relacionamento internos que minaram a permanência de ambos juntos na equipe além daquele ano e chegaram a decidir o campeonato. A gota d’água foi no GP de San Marino, em Ímola: Senna e Prost fizeram um acordo em que aquele que, na largada, saísse à frente, não seria atacado pelo outro na primeira volta. Senna largou na *pole-position* e manteve a liderança, mas após um grave acidente na terceira volta do austríaco Gerhard Berger, da Ferrari, veio uma nova largada. Nela, Prost traciona melhor e sai em primeiro, mas Senna, ao julgar o acordo como “inválido” por se tratar de uma nova largada, ultrapassa o rival ainda no primeiro giro e rumo para uma vitória dominante que estragou o clima de vez – e explodiu uma das maiores rivalidades da história da Fórmula 1.

Na primeira reunião interna com Ron Dennis e Senna, no *motorhome* da McLaren, Prost, segundo colocado na prova, deu um tapa na mesa e protestou: “Se eu quisesse, você nunca teria me ultrapassado. Só passou porque pensei que, agora, estava lidando com uma pessoa de palavra. Você continua o mesmo do ano passado”. Acuado, Senna usava argumentos normais de corrida que não levavam em conta o pacto. Creighton Brown, que observava o terremoto a distância, começou a se dar conta de que a McLaren-Honda tinha tido muita sorte de atravessar o ano anterior, 1988, sem uma crise interna como aquela. E diante da animosidade de Prost, teve uma certeza: “Daquele momento em diante a relação acabou” (idem, 2004, p. 270-271).

Com ambos os pilotos em pé de guerra, a disputa feroz pelo título teve quatro vitórias de Prost e seis de Senna em 16 corridas. Eles chegaram à penúltima corrida do ano, novamente o GP do Japão em Suzuka, em situação de definição: Senna precisava chegar à frente de Prost para ainda ter chances de ser campeão na última corrida, na Austrália. Se Prost chegasse à frente ou se ambos não pontuassem, o francês seria campeão. O brasileiro largou na frente, mas seu rival tomou a ponta na largada e ambos protagonizaram uma tensa e longa perseguição. Esta só acabou na volta 46ª volta em um momento inesquecível: Senna colocou o carro com tudo na *chicane* das curvas 16 e 17 para ultrapassar e Prost jogou o carro em cima do rival, sem pensar duas vezes. Veio a batida, Alain desceu do carro e Ayrton ainda conseguiu ser empurrado pelos fiscais de pista para voltar, dar uma volta inteira com a asa dianteira quebrada, trocá-la nos boxes, retornar à pista em terceiro e ultrapassar os dois primeiros nas sete voltas finais para vencer. Mas, de nada adiantou: o presidente da FISA (*Fédération Internationale du Sport Automobile*), o francês Jean-Marie Balestre, amigo de Prost e desafeto público de Senna, tomou a decisão de desclassificar o brasileiro, julgando que sua volta à pista aconteceu por um corte de caminho indevido. Foi o último ato dos dois como companheiros de equipe - em 1990, Prost foi para a Ferrari. Como destaca Rodrigues, mesmo com o título de Prost e da McLaren, o clima depois da corrida era o pior possível:

Alain garantiu, sim, ter ido ao *motorhome* onde estava Senna, para estender a mão e cumprimentá-lo, apesar da desclassificação, dizendo: “Sinto muito por essa merda toda”. Ayrton não respondeu. O gesto levou Prost a chamá-lo, no dia seguinte, de “vírus maligno” e “homem sem honra”, em entrevista aos correspondentes dos jornais *Corriere Della Serra*, *Corriere Dello Sport* e *Gazzetta Dello Sport*: “Queria terminar o ano de uma forma civilizada. Ele virou a cara. Então que vá se...”. Os jornais italianos não especificaram o palavrão (idem, 2004, p. 300).

Senna foi obrigado, ao fim de 1989, a pedir desculpas publicamente a Jean-Marie Balestre e à FISA pelas duras críticas, sob risco de perder sua superlicença para 1990. Ayrton não admitia a hipótese de se desculpar, desanimou com as forças políticas da F1 e chegou a cogitar ir correr em outra categoria, como a Fórmula Indy nos Estados Unidos (idem, 2004). Porém, o brasileiro enfim cedeu e voltou, mesmo que com um espírito diferente de outrora, para a temporada 1990. E a redenção não podia ser melhor: seis vitórias e o bicampeonato mundial conquistado em 21 de outubro de 1990, de novo no Circuito de Suzuka, no Japão.

A decisão japonesa - que ainda era a penúltima prova do ano - entrou para a história. Dessa vez, a situação era inversa à de 1989: Prost, na Ferrari, precisava chegar à frente de Senna para salvar a decisão até a corrida final, na Austrália, enquanto em caso de não pontuação de ambos o título ficaria com Senna. Ayrton fez a *pole-position*, mas teve seu direito negado de largar no lado limpo da pista. Ainda irritado com tudo que aconteceu em 1989, ele chegou àquela largada com uma decisão tomada.

Prost, segundo colocado no *grid*, largou na frente pelo lado de fora, o mais emborrachado, e Senna, em segundo, prejudicado pela sujeira do lado interno da pista, simplesmente não freou para a primeira curva. O acidente foi bem diferente do provocado por Prost no ano anterior para garantiu seu tricampeonato, um enrosco na entrada da *chicane*, quase tão lento e inofensivo como uma batida de duas madames na saída do estacionamento do supermercado. O troco de Ayrton foi dado em quinta marcha, a cerca de 250 quilômetros por hora (idem, 2004, p. 343).

Com o bicampeonato, Senna passou a ter novos rivais em 1991: Nigel Mansell e a equipe Williams. Com a queda da Ferrari e os problemas internos de Alain Prost na equipe italiana, que culminaram com a demissão do francês ainda no meio da temporada, coube ao piloto inglês ser o grande desafiador na briga pela taça. Mas Senna foi mais regular e, com sete vitórias no ano, venceu com boa vantagem para Mansell e conquistou o tricampeonato. O título veio em 20 de outubro de 1991, novamente em Suzuka, no Japão. A vantagem era boa o suficiente para que Senna chegasse à frente de Mansell e conquistasse o título com uma corrida de antecedência. No começo da corrida, enquanto o companheiro de Senna, Gerhard Berger, disparou na liderança, os dois rivais ficaram brigando pelo segundo lugar. Na nona volta, o “Leão” errou sozinho em uma tentativa de aproximação, rodou, abandonou e deu a taça ao brasileiro. Ao final, a posição de chegada de Senna não importava mais. Então ele, que liderava com Berger colado em sua traseira, por um acordo com a equipe, abriu espaço para que o austríaco vencesse. No Brasil a atitude foi vista como um gesto de amizade de Senna a Berger, que vencia ali sua primeira corrida na McLaren. Mas, como destaca Rodrigues, “ninguém ficou satisfeito com aquele desfecho” (2004, p. 388).

Os dois anos seguintes foram de dificuldades para Ayrton. Correndo em uma McLaren inferior, ele viu a Williams, com o desenvolvimento de novas tecnologias que revolucionaram a Fórmula 1, disparar em relação ao resto da categoria e dominar 1992 e

1993 de maneira humilhante. Em 92, Mansell enfim conquistou o seu título, seguido sem ameaças pelo companheiro de equipe, o italiano Riccardo Patrese, e pelo então muito jovem alemão Michael Schumacher, na Benetton. Senna foi apenas o quarto colocado com três vitórias (Mônaco, Hungria e Itália). Em 93, o baque seria maior: Prost, que tirou um ano sabático em 1992 após a demissão da Ferrari, voltou para a Williams em 1993 com o objetivo de conquistar seu tetracampeonato. Senna, desesperado por voltar a vencer, chegou a se oferecer à equipe de Frank Williams para correr de graça, mas Prost não só chegou como impôs em contrato que não queria Ayrton como companheiro de equipe. A decisão, que gera polêmica até hoje, foi uma bomba. Antes da primeira corrida de 1993, na África do Sul, o brasileiro expressou-se de forma clara: “Aquilo deixou Ayrton irado, e ele manifestou sua opinião no dia do início dos treinos. ‘Ele está se comportando como um covarde’, disparou” (DO COUTO, 2016).

Em 1994, porém, o caminho ficou totalmente aberto para Senna. Com o fim de seu contrato na McLaren - que em 1993 lhe pagou US\$ 1 milhão por corrida - e a aposentadoria definitiva de Prost após o tetracampeonato, o brasileiro também queria seu quarto título e foi para a principal equipe da Fórmula 1. Ele realizava seu grande desejo e parecia rumar para um tetra que muitos consideravam tranquilo. Mas o que se viu foi totalmente diferente.

3.2 Temporada 1994

A expectativa era gigantesca para a chegada de Ayrton Senna na Williams. Com o melhor carro disparado das duas temporadas anteriores, muito se dizia que o paulistano seria tetracampeão até mesmo com certa facilidade. Mas uma decisão da FISA, ainda em 1993, começava a traçar um caminho diferente. A entidade, entendendo que os equipamentos eletrônicos introduzidos pela equipe então bicampeã causaram enorme diferença de desempenho e visando um equilíbrio do *grid*, acabou com tais ajudas. “Não havia mais sensores determinando ajustes automáticos de suspensão ou controle computadorizado de tração e frenagem” (RODRIGUES, 2004, p. 497).

O resultado foi um comportamento preocupado de Senna desde a pré-temporada em Portugal, com um carro que não agia da maneira que ele esperava. Nos testes no Circuito do Estoril, o piloto não conseguia emplacar voltas consecutivas e chegou a dizer que a direção

parecia a de um caminhão, chamando o carro de “cadeira elétrica” (idem, 2004). E com tudo isso, ainda surgia a ameaça de Michael Schumacher, que aliou um forte carro da Benetton ao seu grande talento de um então jovem de 25 anos em busca de seu primeiro título. A luta pela taça, outrora destinada a um piloto, parecia viva.

Passados os testes, chegou a hora de começar a temporada. E nada melhor para Ayrton do que iniciar a disputa pelo tetra dentro de casa: GP do Brasil, Interlagos, São Paulo. Diante de um autódromo lotado e de uma torcida apaixonada, o piloto da Williams fez a *pole-position* e largou melhor, tomando a dianteira e rumando para uma vitória muito esperada pelo público. Mas durante a corrida do dia 27 de março de 1994, Schumacher começou a se aproximar e, na estratégia, tomou a liderança com os *pit-stops*. A perseguição continuou, o brasileiro foi tirando a diferença do alemão e ameaçava uma briga, mas rodou sozinho na 55ª de 71 voltas e abandonou. Schumacher venceu e começou forte no campeonato. “Enquanto Michael parecia passear em uma poltrona pelo circuito, Senna dava a impressão de estar em um carro de montanha-russa” (idem, 2004, p. 499).

Duas semanas depois, em 11 de abril, segunda corrida do ano: GP do Pacífico, Aida, Japão. Ainda com muitas dificuldades, Senna até fez a *pole-position*, mas foi atingido pela McLaren de Mika Häkkinen na primeira curva, rodou e abandonou novamente. Schumacher, o rival da temporada, venceu mais uma e abriu vantagem de 20x0 na classificação. Ayrton, incomodado, pediu após a corrida melhores condições de equipamento à Williams, e encontrou por lá uma situação em que os funcionários não tinham tanto envolvimento com o piloto, diferentemente da McLaren (idem, 2004). O campeonato já começava a ficar complicado para ele, mas havia a expectativa da mudança na corrida seguinte. Era o GP de San Marino, em Ímola, na Itália, pista onde ele costumava andar muito bem. A Williams levou mudanças aerodinâmicas e mecânicas, e esperava-se um desempenho melhor também pelo bom desempenho do motor Renault - que abastecia a Williams - nas longas retas do circuito (idem, 2004).

Porém veio a sexta-feira, 29 de abril, e durante o primeiro treino oficial o campeonato já deixou de ser o assunto principal. Isso porque durante uma volta rápida, o brasileiro Rubens Barrichello, da Jordan, decolou ao errar na curva *Variante Baixa* e acertou o muro e a cerca de 200 quilômetros por hora.

A Jordan decolou da zebra para o muro de proteção, voltou sobre a margem gramada que separa o asfalto do alambrado, bateu violentamente contra a tela e girou sobre o próprio eixo duas vezes por mais 100 metros, até finalmente aterrissar com as rodas para o ar (idem, 2004, p. 514).

Barrichello havia começado na Fórmula 1 em 1993 e tinha Senna como grande tutor. No acidente, “além de quase morrer asfixiado, Barrichello sofreu um abalo neurológico que teve como resultado uma amnésia parcial que durou mais de um mês” (idem, 2004, p. 514). Porém, apesar dos problemas, logo ele foi liberado. O brasileiro estava bem, só não poderia participar da corrida no domingo. A sua recuperação criou um sentimento geral no *paddock* de que a F1 tinha atingido seu nível máximo de segurança e que não se falaria mais em mortes de pilotos. O otimismo durou exatamente um dia.

Sábado, 30 de abril de 1994. Durante uma volta rápida no treino classificatório, o austríaco Roland Ratzenberger perdeu a asa traseira em plena reta e, ao se aproximar da curva *Villeneuve*, rumou sem controle e acertou o muro em cheio. “O choque com o muro destruiu o lado esquerdo do carro e fizera a Simtek rodopiar, destruída até a curva *Tosa*, o capacete de Ratzenberger já arriado na borda esquerda do cockpit” (idem, 2004, p. 518). No próprio vídeo do acidente, assim que o carro para com sua cabeça encostada no lado esquerdo do *chassi*, é possível perceber uma mancha de sangue acima da viseira, na esquerda do capacete. Os médicos fizeram de tudo e tentaram reanimar o piloto que estreava na F1 em 1994, mas ele não resistiu. Às 14h15 na hora local, Roland Ratzenberger foi declarado morto. Aquela morte foi a primeira na F1 em corrida desde 1982, com o italiano Ricardo Paletti, e a primeira na categoria em geral desde 1986 (o também italiano Elio de Angelis faleceu em um teste privado da equipe Brabham). Senna, ao que lembra Rodrigues, ficou bastante abalado, e Sid Watkins - médico da Fórmula 1 e um de seus melhores amigos - chegou a aconselhar-lhe a aposentadoria, em vão:

O velho amigo se impressionou tanto com o impacto que a morte de Roland tivera em Ayrton que teve certeza: aquela era a hora de aconselhá-lo a não correr no dia seguinte e pensar seriamente em abandonar a Fórmula 1: “Deixe essa vida. Não corra amanhã. Algo de muito ruim vai acontecer. Você já é tricampeão mundial, é o melhor piloto do mundo. Não precisa mais ficar se arriscando. Vamos pescar. Vamos esquecer isso”. Senna, como sempre, demorou, mas respondeu: “Existem coisas que fogem ao nosso controle. Preciso continuar” (idem, 2004, p. 518-519).

Senna chegou a pensar em não correr, mas como lembra Rodrigues (2004), amigos como o narrador Galvão Bueno, além do chefe de sua equipe, Frank Williams, foram dormir com a certeza de que ele estaria na pista para o GP de San Marino no dia seguinte.

Domingo, 1º de maio de 1994. Em meio a um clima de luto e preocupação, a Fórmula 1 se preparava para o terceiro GP do ano, em Ímola, San Marino. Assim como no Brasil, Ayrton Senna e Michael Schumacher dividiam a primeira fila. Para Senna, era uma corrida decisiva: os 20 pontos de vantagem do rival incomodavam bastante e algo precisava mudar.

Na largada, mais aflição: a Benetton de JJ Letho teve problemas no motor e não saiu do lugar. Todos conseguiram desviar, menos a Lotus de Pedro Lamy, que bateu em cheio na traseira do carro parado. O acidente, inclusive, feriu quatro espectadores por conta dos destroços que voaram nas arquibancadas. O *safety-car* entrou na pista para a retirada dos carros e os pilotos andaram em velocidade lenta pela pista durante cinco voltas. O carro de segurança sai no fim da quinta volta e os pilotos partem para o recomeço do GP a partir da sexta. Foi a última volta completa da vida de Ayrton Senna.

Logo no começo da sétima volta, ao chegar à curva *Tamburello*, a Williams de Senna passou reto e acertou em cheio o muro de frente. Durante o segundo entre a perda de controle do carro e a batida, ele ainda conseguiu reduzir a velocidade do carro de 307 para 216 quilômetros por hora, e tentou se proteger em vão. Um braço da suspensão dianteira do seu carro se desgrudou e, como uma lança, entrou pela viseira e lhe acertou com tudo no rosto, provocando uma lesão cerebral forte. “O velho capacete amarelo, inútil para salvá-lo naquele dia, cumpriu um último papel. Pouparia milhões de pessoas de uma imagem devastadora” (idem, 2004, p. 535). No dia 4 de maio de 1994, em entrevista à Folha de S. Paulo, o enfermeiro Stefano Bonaiuti, coordenador-técnico de todos os serviços da UTI e urgências da região de Bolonha e primeiro a chegar ao socorro de Senna, deu a seguinte declaração: “Quando retiramos o capacete de Senna a visão foi terrível. Em 17 anos de experiência, poucas vezes vi um rosto em tão péssimas condições” (SEYTON; TRIGO, 1994).

Após a chegada de Sid Watkins, médico da Fórmula 1, realizaram-se todos os procedimentos para tentar salvar a vida de Ayrton. Foi feita uma traqueostomia na própria pista e ele rapidamente foi levado ao hospital, mas todos ali perceberam que a gravidade era imensa. É o caso de Galvão Bueno, que narrou a corrida pela Rede Globo e tentou contornar

a situação para quem assistia de casa. “Vi o sangue, mas não tive coragem de falar na transmissão. Continuei narrando fora do ritmo normal. Estava muito abalado, à espera de um milagre” (BUENO in RODRIGUES, 2004, p. 540).

Apesar de toda a tensão com o incidente, a corrida seguiu. Os pilotos não foram informados da gravidade da situação e, por isso, não entenderam direito o que acontecia. Com isso a prova aconteceu e, depois de longas duas horas, Michael Schumacher venceu mais uma, seguido por Nicola Larini da Ferrari e Mika Häkkinen da McLaren. Obviamente, o resultado ficou em segundo plano.

Todos voltaram suas atenções para o local onde Ayrton foi levado: o *Hospital Maggiore di Bologna*, na cidade de Bolonha, a cerca de 50 quilômetros da pista. Os médicos fizeram todos os procedimentos possíveis para reanimá-lo, mas as lesões foram fortes demais. Às 14h05 no Brasil, 19h05 na Itália, a mídia Maria Thereza Fiandri anunciou ao mundo que Ayrton Senna estava morto.

Novamente houve muito choro. E Roberto Cabrini disse logo depois, ao vivo, para milhões de brasileiros sintonizados na TV Globo naquele início de tarde, a frase que ele confessou depois ter estudado com cuidado e que, nos anos seguintes, foi repetida por brasileiros que o cercaram nas ruas para lembrar que estavam escutando e sofrendo, junto com ele, aquele momento intenso de dor coletiva na história do país: “Uma notícia que a gente nunca gostaria de dar: morreu Ayrton Senna da Silva” (RODRIGUES, 2004, p. 541).

Ali, obviamente, se encerrava a temporada de 1994 para ele. A Williams rapidamente promoveu um substituto: o escocês David Coulthard, que era piloto de testes. O outro corredor da Williams, Damon Hill, havia começado mal o campeonato, mas se recuperou e brigou até o fim com Schumacher. Com oito vitórias para o alemão e seis para o inglês, a decisão foi até a última corrida, no GP da Austrália. Em um lance polêmico, Schumacher jogou o carro em cima de Hill em uma tentativa de ultrapassagem do inglês na 36ª de 81 voltas - os dois bateram, abandonaram e não pontuaram, e como Schumacher chegou àquela corrida com uma vantagem mínima (92 a 91), se sagrou campeão mundial pela primeira vez.

Uma curiosidade daquela corrida: na Williams, ao lado de Damon Hill, estava Nigel Mansell, um dos grandes rivais de Senna, campeão mundial de 1992 pela própria Williams e que em 1993 havia ido correr na Fórmula Indy, nos EUA. Mansell substituiu Coulthard

em quatro corridas e, justamente na Austrália, conseguiu sua última vitória. A temporada de 1994 se encerrou com uma vitória de um grande rival de Senna, no carro com o qual o brasileiro havia iniciado a temporada e onde ele venceu pela última vez na vida.

3.3 Piloto além das pistas

Para entendermos a dimensão de Ayrton Senna no cenário brasileiro, não é necessário ir tão longe após a sua morte. No dia 5 de maio de 1994, o corpo do piloto chegou a São Paulo para um cortejo em carro aberto até a Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo, onde aconteceu o velório. A cerimônia foi aberta ao público e, um dia depois, foi feito o enterro reservado no Cemitério do Morumbi.

Em terra, foi um cortejo de 31 quilômetros, duas horas e meia de duração, filas de carros com até seis quilômetros de extensão e centenas de milhares de pessoas num espetáculo espontâneo de palmas, gritos, lágrimas, cantos, acenos, gestos e mensagens que os brasileiros, acostumados a despedidas públicas dolorosas, jamais tinham visto (idem, 2004, p. 571).

Ayrton Senna é considerado um dos ídolos máximos no esporte do Brasil. Mesmo após mais de 25 anos da sua morte, a memória do piloto ainda é bastante viva no imaginário do país, tornando-o um dos esportistas mais influentes por aqui até hoje (PEREIRA, 2019⁴). Além das 41 vitórias que o fizeram tricampeão mundial, gestos como o famoso “Tema da Vitória” nas transmissões e a bandeira brasileira carregada a cada vitória ficaram eternizados. O da bandeira, por exemplo, foi uma resposta à provocação após uma derrota brasileira em Copa do Mundo, em junho de 1986:

Um dia depois que a seleção brasileira foi eliminada na Copa do Mundo pela França, a resposta do País veio nas pistas de Detroit, nos EUA. O então ainda novato Ayrton Senna, piloto da Lotus, fez uma corrida sensacional, mostrando o que viria a ser na Fórmula 1. No final, pegou uma bandeira do Brasil e a exibiu em seu carro, dando o troco para o francês Alain Prost e para a sua própria escuderia, Lotus, que comemoraram a eliminação do time de Telê Santana no México (O ESTADO DE S. PAULO, 2015).

⁴ Pesquisa on-line do IBOPE Repucom feita em 2019, representando a opinião de mais de 94 milhões de internautas brasileiros em todo país por características como admiração, carisma, humildade e confiança, colocou Senna como o maior esportista brasileiro com estes atributos – à frente de Gustavo Kuerten e Kaká.

Porém, quem analisa o fenômeno Senna costuma deixar claro que tamanha popularidade não necessariamente caminhava com o esporte. Como lembra Carlos Augusto Montenegro, presidente do Ibope: “O que deu Ibope foi Ayrton Senna, sua postura. Ele estava acima da Fórmula 1” (MONTENEGRO in RODRIGUES, 2004, p. 397).

A admiração a tudo que envolvia Ayrton Senna não ficava apenas em território brasileiro. Por ser um grande ídolo de um dos principais esportes do mundo, ele era reconhecido mundialmente. Na Europa, por exemplo, chegou a ser aplaudido de pé por um estádio lotado na França, justamente a terra do grande rival histórico Alain Prost, antes de um amistoso entre a Seleção Brasileira e um combinado dos times Paris Saint-Germain e Bordeaux, onze dias antes de sua morte.

Foi ovacionado pelos milhares de compatriotas de Alain Prost que lotavam o estádio. Depois do jogo, no caminho para o restaurante *La Coupole*, em companhia de diretores da Renault, ao passar por trechos interditados por causa do jogo, ganhou trânsito livre em troca de meia dúzia de autógrafos para os guardas. E, ao chegar ao restaurante, foi novamente aplaudido pelos fregueses. Muitos bateram palmas de pé (RODRIGUES, 2004, p. 511).

Outro país que nutria admiração imensa por Senna era o Japão. Sem grande tradição na F1 até os anos 1980, a partir dali presenciou uma grande guinada: investimento pesado da Honda na categoria, conquistando títulos como fornecedora de motores para Williams e McLaren; volta do país ao calendário da categoria com o GP em Suzuka a partir de 1987; e o sucesso histórico da parceria entre a McLaren de Senna e Prost e a Honda, que varreu a Fórmula 1. Mas diferentemente do rival francês, o brasileiro atraía atenção gigante dos japoneses. Uma das maiores redes de TV do país, a Fuji TV, comprou os direitos da F1 em 1987, graças ao intermédio e convencimento por parte do produtor de programas esportivos da emissora, Hirofumi Natsumo.

Ao contrário de Nelson Piquet, outro usuário do motor Honda, Senna era um personagem forte o suficiente no qual a Fuji TV poderia apoiar sua estratégia de cobertura da Fórmula 1. Ele tinha condições de ser um contraponto para o todo-poderoso Alain Prost. E assim foi feito. Natsumo sabia que japonês não gostava de esporte onde não se via o rosto dos ídolos. Por isso, investiu na produção de programas especiais cujo enfoque era muito mais o perfil humano - e físico - de Senna do que os aspectos esportivos. Chegou ao ponto de abolir a dublagem - e investir nas legendas, para que os espectadores, particularmente os fãs, pudessem ouvir a voz de

Ayrton. E instruiu a equipe para que tratasse Ayrton como “o príncipe supersônico” (idem, 2004, p. 511).

A estratégia não poderia ter dado mais certo: a Fórmula 1 explodiu no Japão com Senna como grande carro-chefe. Em 1989, com o apoio do piloto, foi criado o fã-clube oficial japonês, que chegou a ter 2.500 associados e cresceu de forma contínua até 1993 (idem, 2004).

Além da popularidade, Senna também se preocupou em tentar criar um legado. No mundo dos negócios, ele multiplicava seu patrimônio com contratos e parcerias. Em 1994, foi anunciado como embaixador exclusivo no Brasil para a venda de carros da marca Aüdi, que começava a investir no país. “Em poucos anos, os Aüdi deixariam para trás, nas vendas no Brasil, os concorrentes Mercedes e BMW” (idem, 2004, p. 501). Além disso, ele começou a investir na criação de produtos com sua marca, como o “Senninha”, personagem de uma revista em quadrinhos lançado em 1994 e que existe até hoje.

Por fim, importante lembrar do Instituto Ayrton Senna. A entidade foi fundada em 1994, após a sua morte, pela família, e tem como presidente a irmã Viviane Senna. O objetivo é, atuando em todos os estados, promover soluções em educação, conhecimento de gestão, desenvolvimento e direitos humanos, entre outros, formando parcerias com gestões públicas - governos, prefeituras, secretarias de educação, etc.

Dois meses antes do acidente em Ímola, na Itália, o piloto compartilhou com a sua irmã a vontade de fazer algo grande pelo futuro dos brasileiros, em especial pelas crianças e jovens. O seu desejo se somou ao de Viviane, que já trabalhava pelo desenvolvimento humano como psicóloga e queria fazer mais pelas novas gerações. Juntos, concretizariam essa ideia, mas Ayrton não teve tempo de participar de sua construção. Apesar da dor da perda, Viviane e a família Senna decidiram levar o sonho de Ayrton adiante. Em 1994, nasceu o Instituto Ayrton Senna, uma organização sem fins lucrativos que tem o objetivo de dar a crianças e jovens brasileiros oportunidades de desenvolver seus potenciais por meio da educação de qualidade (INSTITUTO AYRTON SENNA, 2020).

Hoje, segundo dados da própria entidade, o Instituto Ayrton Senna beneficia 26 milhões de alunos em todos os estados e no Distrito Federal – mais de 2.600 municípios. Também possui a Cátedra UNESCO de Educação e Desenvolvimento Humano e é parceiro da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, a OCDE (idem, 2020).

4 TELEVISÃO

4.1 Televisão na sociedade brasileira

A televisão, historicamente, sempre teve um peso muito grande na sociedade brasileira. Até hoje esta influência tem seus reflexos: segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2017, apenas em 3,3% dos domicílios particulares permanentes do Brasil não haviam televisão (IBGE, 2017).

É na década de 1960 que a televisão se expande de maneira visível no Brasil. A evolução dos meios de comunicação e de tecnologias que viabilizavam a produção fez com que o advento da TV se tornasse inevitável - e necessário.

A partir de 1964, quando o país tentava encontrar os caminhos do desenvolvimento e modernização, a televisão foi considerada como um símbolo desses mesmos caminhos. Foi durante este período que o país iniciou a execução das obras de ampliação e modernização do sistema de telecomunicações, o que permitiu o surgimento das redes de televisão, que passaram a ter uma influência de abrangência nacional na promoção e venda de bens de consumo em larga escala (MATTOS, 1990, p. 15).

No período de chegada da televisão no Brasil, o rádio era o grande meio de comunicação por onde as pessoas se informavam. Por isso, para a criação de uma cultura de televisão no país, a publicidade foi essencial. O reforço de certos elementos ligados ao aparelho foi muito importante para se desenvolver uma ideia de imaginação televisual, atrelando o aparelho aos nossos costumes. Em anúncios que destacavam a nova tecnologia, por exemplo, “os modos de ver que a coloca na sala de visitas, a ideia de intimidade, o fato de o aparelho ser entronizado num lugar de destaque no cenário cotidiano, no qual aparece associado ao ato prazeroso de descanso no lar, são repetidas vezes representados” (BARBOSA, 2013, p. 31).

Esta estratégia, somada a outros fatores, mostrou-se bastante certa. Com o desenvolvimento da televisão, sua importância passou a ser notável não só no Brasil, mas em todo mundo. A forma como ela aborda determinadas notícias, em muitos casos, molda o pensamento da sociedade e se torna um espelho da mesma. “Se ela é seu espelho, isso significa que a sociedade se vê – no sentido mais forte do pronome reflexivo – através da

televisão, que esta lhe oferece uma representação de si mesma” (WOLTON, 1996, p. 124).

A influência desta mídia tem gerado, como defende Arbex Jr, um “império das imagens, da experiência do mundo vivida por meio da tela planetária” (2003, p. 32).

A televisão adquiriu o poder de definir o que será ou não um acontecimento político, assim como o âmbito geográfico em que esse acontecimento será conhecido. Claro, esse poder não é absoluto; excepcionalmente, as circunstâncias podem se impor à vontade das grandes corporações da mídia. Mas isso é a exceção, não a regra. O acontecimento político (e mais amplamente, social e/ou cultural) adquire as características de um grande show. Ora, uma das consequências da prática de apresentar o jornalismo como o “show-jornalismo” e o enfraquecimento ou o total apagamento da fronteira entre o real e o fictício (idem, 2003, p. 32).

A TV possui algo que lhe dá boa vantagem em relação a outros meios que antes dela já eram consolidados: a imagem. Quando o ser humano testemunha um evento, há uma ideia de estar presenciando a verdade fiel, acompanhando os fatos da maneira como ele aconteceu. Várias câmeras são colocadas em pontos diferentes do local onde a cobertura é feita, justamente para que haja uma precisão que iguale a de um observador *in loco* (idem, 2003).

O mundo atual tem bastante influência da comunicação e, por isso, a imagem exerce um papel bem importante – e com poucos limites. Ela é uma característica que dá uma nova dinâmica ao meio e à informação passada e, “com ou sem acompanhamento de som, oferece um registro restrito mas poderoso das ações temporais e dos acontecimentos reais - concretos, materiais” (LOZIOS in BAUER; GASKELL, 2003, p. 137).

Mas há um ponto importante a ser destacado: esta imagem nem sempre é verdadeira. Isso depende de quem controla o sistema e seus interesses, podendo remover palavras, frases ou até pessoas. “Eles falsificam quadros e forjam testamentos e cédulas, podendo distorcer a capacidade comprobatória de registro de dados visuais tão facilmente quanto as palavras escritas, mas de maneiras particulares” (idem, 2003, p. 139).

Como a imagem traz muitos aspectos do cinema, eles acabam sendo carregados também na televisão. Esta faz uso de convenções como o *close*, ou tomadas de abertura maior, para expressar situações que mostrem aspectos como foco e emoção ou maior autoridade, respectivamente. Essa imagem se combina diretamente com o lado verbal, formando um significado – que algumas vezes pode ser contraditório. A composição de

sentidos com vários aspectos (texto, imagem, luz, músicas, etc.) é a base do audiovisual, exigindo técnicas, disposições de câmeras e falas, posturas e seleções específicas para o meio, a fim de prender sempre a atenção do público e tentar passar ideias com suas mensagens (ROSE in BAUER; GASKELL, 2003).

Com sua cultura enraizada, a televisão adquire um grau de confiança importante na sociedade. A população confia nos fatos trazidos pela mídia televisiva e em sua variedade, mobilizando opiniões. Sem essa confiança, a TV – especialmente a de massa – não existiria ou, no mínimo, não teria tal importância (WOLTON, 1996).

No Brasil, a televisão assume uma característica importante: a de dar espaço ao humor e à telenovela, reforçando dramas inspirados ou não em histórias reais. Os dois gêneros são bastante visados pelas emissoras de TV por questões de audiência e entretenimento. Com isso, em especial no caso das telenovelas, foram adaptados vários pontos utilizados no rádio e no teatro (RAMOS, 2004). Já a força das telenovelas cria o que Guy Debord chamava de “sociedade do espetáculo”.

O espetáculo - diz Debord - consiste na multiplicação de ícones e imagens, principalmente através dos meios de comunicação de massa, mas também dos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, de tudo aquilo que falta à vida real do homem comum: celebridades, atores, políticos, personalidades, gurus, mensagens publicitárias - tudo transmite uma sensação de permanente aventura, felicidade, grandiosidade e ousadia (ARBEX JR, 2003, p. 69).

Diferentemente de outros países, como os Estados Unidos, o Brasil viu o modelo de surgimento da televisão ser fortemente pautado na iniciativa privada e sem regulação. O foco principal era que o controle fosse mantido, seja pelas empresas privadas de mídia, seja pelo governo (BRITTOS; BOLAÑO, 2005). “Neste ambiente proliferaram os Diários Associados, de Assis Chateaubriand, e a Rede Globo de Televisão, grupos hegemônicos da recente história da comunicação brasileira” (idem, 2005, p. 41). Para essas empresas se tornarem grandes corporações, tiveram que se alinhar ao poder do Estado de variadas formas (ARBEX JR, 2003).

A TV brasileira também traz um fator de integração. Com seu formato mais generalista, ela tenta atingir todos os públicos e criar uma situação de identidade nacional. “Nela encontramos, com efeito, o sucesso e o papel nacional de uma grande televisão,

assistida por todos os meios sociais, e que pela diversidade de seus programas constitui um poderoso fator de integração social” (WOLTON, 1996, p. 153).

Essa criação de um laço social dá uma conjuntura à TV brasileira de um amortecedor. Ou seja: na nossa sociedade, a televisão vai além de uma questão econômica e tem um forte cunho social. Para uma democracia, ela é tão importante quanto questões como saúde e pesquisa, enrijecendo a ideia de identidade nacional (idem, 1996). E como tal laço social é formado? O espectador, “ao assistir à televisão, agarra-se a esse público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente [...]. É uma espécie de *common knowledge*, um duplo laço e uma antecipação cruzada” (idem, 1996, p. 124).

Com isso chegamos a outro ponto principal: para falar de televisão no Brasil, é impossível não falar da Rede Globo. A emissora fundada em 1965 pelo jornalista e empresário Roberto Marinho chega a mais de meio século de existência com um peso gigantesco na comunicação, na estrutura da televisão e na sociedade brasileira.

A Rede Globo, segundo ela própria, detém audiências que variam de 30% a 50% no horário nobre (em número de junho de 2004), com uma participação de mercado que chega a 80%, o que significa que oito entre dez telespectadores ativos assistem à Rede Globo naquele momento verificado, enquanto os 20% restantes assistem a outros canais de TV (BRITTOS; BOLAÑO, 2005, p. 47).

Importante destacar que a Rede Globo, com grandes investimentos estrangeiros, surge no Brasil em um cenário onde, por várias questões políticas e econômicas, as empresas privadas de comunicação desfrutavam de grande liberdade para agirem como bem entenderem. O Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT) em vigor consta ainda de 1962. O CBT previa que a União poderia interferir diretamente nas concessões de mídia com a ação estatal - o que caiu apenas para as telecomunicações com a Lei Geral de Telecomunicações, de 1997. Porém, o que se vê nos dias atuais é um retrato onde a influência privada ainda é muito forte, com seu grande poderio financeiro e simbólico (RAMOS in BRITTOS; BOLAÑO, 2005). “O poder da Globo sobre a política e os políticos no Brasil, portanto, decorreu sempre muito mais da falta de um ambiente normativo claro e específico do que das ações de um empresário em particular” (idem, 2005, p. 66).

Em especial nos anos 1960 e 1970, as Organizações Globo tiveram um grande

crescimento. Isso aconteceu muito não apenas pela visão empresarial de Roberto Marinho, mas também graças ao apoio financeiro do grupo *Time-Life*, dos Estados Unidos. A Constituição não permite acordos com empresas estrangeiras nos meios, mas nada impediu. “Nem a Comissão Parlamentar de Inquérito instalada no Congresso Nacional, nem as pressões de Assis Chateaubriand foram suficientes para impedir que a Ditadura Militar instalada em 31 de abril de 1964 arquivasse a fraude evidente consumada pela Globo” (RAMOS in BRITTOS; BOLAÑO, 2005, p. 67).

A partir daí a Globo passou a usufruir de um gigantesco poder político e econômico, que passou por várias épocas no Brasil. Um dos grandes marcos disso é o chamado “Padrão Globo de Qualidade”, uma série de determinações e padrões utilizados pela emissora para a sua programação nos mais variados sentidos. Com o desenvolvimento da imprensa audiovisual, este padrão foi tão inserido que criou uma cultura que existe até hoje.

É muito comum, hoje, que relacionemos horários do dia à programação da emissora, como a hora do “Jornal Nacional”, ou depois do almoço quando começa o “Vídeo Show”, além do clássico combo do domingo que inclui “Domingão do Faustão” e “Fantástico”. Esses programas foram tão fixados nas pessoas, que hoje fazem parte do nosso cotidiano (MENDONÇA, 2018).

A partir dos anos 1990, a internet começou a se difundir no Brasil e gerou mudanças. Mesmo assim, a televisão e, em especial a Rede Globo, continuam hegemônicas. Desde o começo, a Globo tem uma política de foco em sua audiência majoritária. “Se a classe C constitui a base da audiência, nela se dá a decisão majoritária; também em sua função devem ser montados os padrões de produção e mercadológicos” (MATTOS, 1990, p. 15).

No presente, vemos que um debate sobre televisão cada vez mais forte. Questões como o seu peso e influência na sociedade são muito discutidas. “Seus operadores, assim, se viram na obrigação de dar respostas [...] Apesar do tom, a redoma que protegia as concessionárias de TV foi rompida” (LEAL FILHO, 2006, p. 9).

4.2 Os esportes na televisão

O jornalismo esportivo no Brasil começa a aparecer no começo do século XX. Na época, o esporte nos meios de comunicação - sobretudo jornais - era, de certa forma,

“desdenhado”. Para muitas pessoas, principalmente intelectuais e a elite, não havia como o esporte competir com áreas essenciais da sociedade, como política ou economia. A partir da década de 1910 que a importância dada ao esporte nos veículos passa a ser maior.

Em São Paulo, na década de 1910, havia páginas de divulgação esportiva no jornal *Fanfulla*. Não se tratava de periódico voltado para as elites, não formava opinião, mas atingia um público cada vez mais numeroso na São Paulo da época: os italianos. Um aviso não muito pretensioso de uma das edições chamava-os a fundar um clube de futebol. Foi assim que nasceu o Palestra Itália, que se tornaria Palmeiras décadas mais tarde, no meio da Segunda Guerra Mundial (COELHO, 2017, p. 8).

Um ponto importante a respeito da história do jornalismo esportivo se dá no Rio de Janeiro. Com o futebol ganhando cada vez mais espaço, um feito marcante ocorreu na década de 1920: o Vasco da Gama, passando a incluir negros no elenco (era proibido até então), venceu a segunda divisão do campeonato carioca em 1923 e a primeira divisão em 1924. As conquistas vascaínas foram gatilhos para um crescimento ainda maior do futebol como popular e, conseqüentemente, do jornalismo esportivo (idem, 2017).

Em 1931 foi criado no Rio de Janeiro o *Jornal dos Sports*. Como lembra Coelho, “foi o primeiro diário exclusivamente dedicado aos esportes no país” (2017, p. 9). Mas as publicações esportivas no Brasil só começam a crescer visivelmente a partir da década de 1960. Coincidentemente, é com a grande explosão de popularidade do futebol que o jornalismo esportivo cresce no país.

No começo deste auge, ainda era muito comum ver textos em forma de crônicas, com uma visão mais romantizada. Assim se destacaram nomes como Nelson Rodrigues e Armando Nogueira. “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 aquele jogador” (idem, 2017, p. 18).

É a partir dos anos 1970 que a notícia mais factual passa a ganhar mais espaço, primeiro dividindo espaço e, depois, ganhando visivelmente da crônica. Com a adição da televisão, ela passa a focar cada vez mais no detalhamento – já que o espaço curto do vídeo cria a necessidade de se explorar o que é principal (SODRÉ, 2001). Em 1970 acontece a primeira transmissão esportiva pela televisão a cores no país: Brasil x Tchecoslováquia, na Copa do Mundo do México. Com o tempo, a evolução na qualidade do produto cresceu de

maneira vertiginosa, até chegarmos às grandes transmissões que existem nos dias atuais.

A partir da segunda metade do século XX, o futebol supera o cenário do início do jornalismo esportivo e deslancha de vez como o esporte nacional, criando muitas vezes uma incômoda monocultura esportiva. Por ter mais público, patrocinadores e visibilidade, gerando mais lucro, o futebol recebe o principal foco do jornalismo e das transmissões.

O esporte na televisão deve ser analisado em três pontos: a imagem, o conteúdo da mensagem e a emoção produzida. Na televisão há muita variedade de programas sobre esporte, com preferência para o futebol. O vôlei e o basquete ganham espaço na televisão quando se está no final de um campeonato ou a partida é internacional; mas não existe acompanhamento diário dos jogadores, como no futebol. [...] O futebol, “alegria do povo”, não pode deixar de aparecer na programação televisiva, sob pena de haver diminuição de audiência e de faturamento publicitário (SAMPAIO in DIEGUEZ et al., 1985, p. 60).

A televisão traz um ritmo e uma forma de transmissão totalmente diferentes de outros meios, em especial do rádio. O motivo é óbvio: a presença da imagem, que muda drasticamente a linguagem. No rádio, narrador, comentarista e repórter precisam relatar os fatos com mais rapidez e detalhes, fazendo com que o ouvinte “se sinta dentro do esporte”, atijando a imaginação e compensando a falta do vídeo. Na TV, com as imagens, o ritmo é mais cadenciado. A presença da imagem torna alguns relatos que aparecem no rádio redundantes para a televisão. Por isso, é importante que as transmissões televisivas ocupem todos os sentidos de quem as acompanham. Porém, como lembra Sampaio, isso pode ter um efeito negativo para o senso crítico do telespectador.

Ao mesmo tempo que tomadas de vários ângulos preenchem o campo visual, a voz do locutor e comentarista completam o som, num processo rápido que não deixa espaço ou tempo para o telespectador fazer suas próprias análises sobre o esporte transmitido, e até sobre a publicidade ou outras mensagens subliminares. Sem perceber, o telespectador torna-se um teleguiado, quase um “bobo”: e isso aumenta na proporção do fanatismo do telespectador: quanto mais fanático, menor o seu grau e poder de discernimento do que lhe está sendo apresentado (idem, 1985, p. 63).

Importante destacar que a televisão pode passar uma imagem ampla daquilo que acontece, mas não substitui a experiência ao vivo. Apesar de destacar vários aspectos de maneira detalhada, a TV não consegue trazer certas nuances que são percebidas apenas por

quem está acompanhando o evento *in loco*. Como bem destaca Betti, o telespectador assim “julga que está observando a realidade diretamente, como se a ‘tela’ fosse uma ‘janela’. Na verdade, há diferenças profundas na experiência de assistir ao esporte como testemunha corporalmente presente nos estádios e ginásios e na sala de estar, pela TV” (2001, p. 2). Em se tratando da televisão, a imagem se apoia também no significado. “No caso do vídeo, não é a imagem em sua autonomia que ‘engole’ o receptor (ao contrário da plenitude e do poder de significação da imagem cinematográfica, a imagem televisiva é pobre em sentido), mas o espaço televisivo, enquanto campo de significação” (SODRÉ, 2001, p. 59).

Então pode-se dizer que a forma de mostrar o esporte é tão importante quanto o conteúdo, o que acaba fragmentando o esporte. “[...] a televisão seleciona imagens esportivas, e as interpreta para nós, propõe um certo “modelo” do que é ‘esporte’ e ‘ser esportista’” (BETTI, 1997, p. 37). E é por meio desse olhar que o público se fascina. A televisão traz ao telespectador a história, e o olhar a tais fatos atrai o mesmo (SODRÉ, 2001).

Além da imagem, a fala – em especial a narração – traz um peso importante. Como lembra Sodré, o verbal e o visual se repetem a exaustão no vídeo, o que gera à TV uma necessidade de explicação dos fatos. Diante disso, há técnicas específicas e qualidades intrínsecas à narração esportiva, o que acrescenta para a experiência do telespectador. “Ela pode mostrar qualquer coisa, mas tem de explicar, de esclarecer o que mostra. E nesta operação, a palavra, o verbo impõem seu poder ao elemento visual” (idem, 2001, p. 74).

O poder da televisão, já citado anteriormente, pode ter efeitos até mesmo na dinâmica de alguns esportes. Um dos casos mais claros - e talvez o mais conhecido - desta relação está no voleibol. O vôlei passou por uma grande mudança de regras e estilos de jogo na década de 1990, muito por causa da televisão. A quadra, por exemplo, teve a área específica de jogo pintada de laranja para facilitar a visão do público e do telespectador. Já a pontuação outrora era em 15 por set com a lei da vantagem - em 1998, muito por causa da pressão midiática, os sets passaram a ter 25 pontos diretos. “Muito provavelmente, o voleibol não registraria um acentuado processo de expansão em termos de aceitação, popularidade e conquistas se essa interdependência com a iniciativa privada e a televisão não fosse concretizada” (MARCHI JÚNIOR, 2005, p. 151). Essas mudanças carregam o peso dos interesses comerciais e midiáticos, com o objetivo de fazer com que o esporte seja vendido e gere lucro,

muito mais do que sua fomentação (WILLIAMS, 2016).

Outra questão intrínseca ao esporte quando se trata da televisão é sobre os direitos de transmissão. Nos dias atuais, com as competições esportivas cada vez mais globais e as audiências altas em todo o mundo, os principais torneios são negociados para a televisão por valores altíssimos. Os patrocinadores também veem nas partidas esportivas boa possibilidade de divulgação e investem alto para exporem suas marcas.

Podemos citar por exemplo, a Rede Globo. Para 2020, a emissora vendeu 11 cotas de patrocínio do futebol e da Fórmula 1 – seis no primeiro e cinco no segundo. E os valores atingem números altíssimos. No futebol, os valores totais chegam na casa do R\$ 1,8 bilhão (ANDRADE, 2019), envolvendo as transmissões de Campeonatos Estaduais, Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil, Copa Libertadores, Copa Sul-Americana e os jogos da Seleção Brasileira. Já na Fórmula 1, o acordo pela transmissão exclusiva de todas as 22 provas da temporada garante um faturamento na casa dos R\$ 494 milhões (VAQUER, 2019).

O cenário cria um monopólio da emissora no esporte do Brasil. No imaginário popular, foi se consolidando a ideia de que, para o esporte ter visibilidade e público, é necessário que a Globo o transmita em algum momento. Isso é prejudicial não só para o desenvolvimento do esporte, mas também para a pluralidade de visões nas transmissões.

A emissora transmite os jogos como show. Quase nada anda errado. Quase não se nota que o estádio, cenário do show, anda às moscas. Não se fala do gramado, do nível técnico, de nada. Tudo é absolutamente lindo. [...] É só usar o microfone e salientar o que há de bom, mostrar o que há de ruim. Nenhuma matéria está assim tão escancarada diante do jornalista quanto o evento esportivo. E, no entanto, é a matéria jornalística o que menos aparece em transmissão (COELHO, 2017, p. 64).

Hoje o esporte é muito importante para a mídia e vice-versa. Dinheiro, visibilidade e patrocinadores também estão bastante presentes. Nem sempre foi assim: com a expansão da TV, os dirigentes esportivos temiam que o aparelho fizesse as pessoas perderem a vontade de acompanhar os eventos *in loco* e apenas se utilizassem das transmissões.

4.3 Fórmula 1 e direitos de transmissão no Brasil

A Fórmula 1 é exibida de maneira única para todo o mundo. Até 2004, cada país era

responsável pela transmissão própria da corrida local. Ou seja: a emissora do país que sediava a corrida com os direitos de transmissão fazia as imagens que eram divulgadas para todos os países. Porém, a partir de 2004 a *Formula One Management*, uma das entidades responsáveis pela promoção e negociação de direitos comerciais da categoria, padronizou o chamado *world feed*.

Nele, os gráficos de informações na tela, imagens, jogos de câmeras e outros detalhes são iguais durante todo o calendário e enviados para todas as emissoras que transmitem a categoria no planeta. Até 2012, apenas os GPs de Mônaco e do Japão tinham transmissões realizadas pelas emissoras locais - até que a FOM comprou a produção do GP japonês, outrora da Fuji TV⁵ (FOM WATCH, 2018).

No Brasil, a história das transmissões começa vinte anos depois da primeira temporada da Fórmula 1. O primeiro registro que de uma transmissão oficial em televisão no país data de 1970, pela TV Record - o GP da Inglaterra, no circuito de Brands Hatch, vencido pelo austríaco Jochen Rindt e com a estreia do brasileiro Emerson Fittipaldi. As transmissões ainda foram alternadas entre a própria Record e a TV Tupi, até chegarem na Rede Globo. Tanto nas duas primeiras, quanto no começo desta última, eram mostradas corridas esporádicas ao vivo, sem tanta frequência. Normalmente as provas eram substituídas na grade por programas consolidados e de maior audiência.

No começo dos anos 1970, a Rede Globo começa a dar uma visibilidade importante ao esporte. Isso se confunde com dois grandes momentos: a chegada do GP do Brasil ao calendário e o primeiro título do nosso país na F1, com Emerson Fittipaldi em 1972.

No Brasil, as primeiras transmissões de corrida começaram no início da década de 1970. A Rede Globo teve um papel importante com a Federação Internacional dos Construtores da Fórmula 1 (FOCA), para que a corrida fosse organizada no Brasil. Segundo o jornalista Ciro José, a emissora foi responsável pela vinda da corrida para as pistas brasileiras. Na primeira prova disputada em Interlagos, a Rede Globo transmitiu ao vivo. Mas, nesse começo, o esporte na televisão ainda tinha pouco destaque, não havia um investimento para a cobertura de toda a temporada. Quando Emerson Fittipaldi foi campeão, em 1972, no Grande Prêmio de Monza, na Itália, foi a TV Globo que transmitiu a prova para os telespectadores no Brasil (MEMÓRIA GLOBO, 2019).

⁵ Hoje, apenas o GP de Mônaco não é produzido apenas pela FOM, e sim por uma parceria da entidade com a Tele Monte Carlo (TMC).

Durante a década de 1970, a Globo já se torna a detentora exclusiva das transmissões no Brasil - apenas em alguns eventos esporádicos houve a divisão com a Tupi e a Bandeirantes. Mas nem todas as corridas eram transmitidas, por questões como a chegada das imagens da Europa ou opções de programação. É a partir de 1980 que há um marco nas transmissões: sem a Globo, a Band transmite pela primeira vez uma temporada completa ao vivo no Brasil. Percebendo o potencial de crescimento da F1 no país com a ascensão de Nelson Piquet (que seria campeão mundial em 1981), a Globo retoma os direitos de transmissão, os quais nunca mais largou até hoje.

Também a partir dos anos 1980 a Globo passa a transmitir os treinos classificatórios. Estas sessões são realizadas aos sábados, vésperas das corridas, definindo a ordem do *grid* de largada para as provas. Os treinos eram exibidos ao vivo na Rede Globo até 2014, quando passaram para o SporTV, canal por assinatura do grupo Globosat - apenas os classificatórios do GP do Brasil são transmitidos em TV aberta.

A previsão da emissora acabou sendo certa. Em 1981, 1983 e 1987, Nelson Piquet conquista seus três títulos mundiais. E em 1988, 1990 e 1991, é a vez de Ayrton Senna se tornar tricampeão da Fórmula 1. Neste período, em especial no auge da era Senna, a emissora carioca teve grandes índices de audiência – algo próximo ao do futebol, historicamente nosso grande esporte. É o que lembra o presidente do Ibope, Carlos Augusto Montenegro:

O fenômeno fica ainda mais claro quando se analisa a audiência das corridas de Senna pelo *share*, ou seja, pela porcentagem entre os aparelhos ligados: 70% a 80%. Uma audiência comparada à Copa do Mundo, com uma diferença que acentua ainda mais a importância de Ayrton: na Copa, os jogos eram concentrados e aconteciam de quatro em quatro anos. No caso da Fórmula 1 dos tempos de Ayrton, o fenômeno era o fato de milhões de pessoas terem o costume de ligar a tevê de manhã, no domingo, de três em três semanas (MONTENEGRO in RODRIGUES, 2004, p. 397).

Para se ter outra ideia, basta lembrar de um dos GPs mais marcantes da carreira de Senna: sua segunda vitória no Brasil, em 1993, em uma histórica corrida em Interlagos. “Senna deixou o autódromo em seu helicóptero com Galvão Bueno, que fez entrevista exclusiva para o Fantástico no escritório do tricampeão. Aliás, o Ibope daquela corrida em São Paulo chegou a impressionantes 48 pontos, o equivalente a 2,8 milhões de TVs ligadas”

(SABINO, 2018).

A influência deste era tão grande que, em 1994, chegou a se negociar um patrocínio da Rede Globo a Senna. Os valores nunca foram revelados, mas as conversas chegaram a avançar. “A argumentação de Ayrton era simples: nada mais natural que o principal responsável pelos altos índices de audiência das corridas da Fórmula 1 fosse patrocinado pela emissora detentora dos direitos exclusivos da transmissão” (RODRIGUES, 2004, p. 499). O negócio, entretanto, não evoluiu o suficiente.

Como já citado, a morte de Senna deixou um vácuo na Fórmula 1 brasileira e, conseqüentemente, afetou diretamente as transmissões. O impacto veio de forma imediata nos números, já em 1994, após seu acidente fatal.

No GP de Imola (1º de maio), por exemplo - último que contou com a participação de Senna -, a Globo chegou a 32%, em São Paulo e 28% no Rio, o que equivale a dizer que 17.291.000 domicílios com TV em São Paulo estavam na torcida por Ayrton e 664.000 no Rio. Já na corrida de domingo passado, em Barcelona, o pique máximo alcançado pela Globo na capital paulistana foi de 19 pontos, entre 9h30 e 10h15. Na largada da prova, o índice não passava de 15%. No Rio, o desinteresse foi ainda maior. Com muito custo, a emissora conseguiu atingir 14 pontos, entre 10h15 e 10h30 (JORNAL DO BRASIL, 1994).

É possível dizer que, com seus altos e baixos, a audiência nunca mais se recuperou. Em 2019, por exemplo, ela teve média de nove pontos de transmissão por corrida na Rede Globo. Foi “o melhor índice medido em oito anos e um crescimento bem considerável de 13% em relação a 2018. A corrida que registrou o melhor índice foi o GP do Brasil, no dia 17 de novembro, com 12 pontos de média” (VAQUER, 2019).

5 ANÁLISE

5.1 Procedimentos metodológicos

A pesquisa foi baseada em um estudo de caso, associado ao método da análise da materialidade, para dar conta das especificidades da linguagem audiovisual. Além disso, ela não envolveu todas as 16 corridas da temporada de 1994, o que facilita a utilização do estudo de caso como método de estudo. O corpus de análise é formado por quatro edições das transmissões da Fórmula 1 pela Rede Globo naquele ano: os GPs do Brasil (27 de março), San Marino (1º de maio), Mônaco (15 de maio) e Austrália (13 de novembro).

Cada GP teve uma justificativa para sua escolha. O GP do Brasil, não só por ser a abertura da temporada de 1994, foi o último com Ayrton Senna em casa. O GP de San Marino, terceiro da temporada, foi onde aconteceu a trágica morte. O GP de Mônaco, corrida seguinte ao acidente, foi carregado de luto e lembranças pela fatalidade recente. E o GP da Austrália, corrida decisiva da temporada, acabou marcando o fim de um ano que teve uma grande perda.

Importante destacar que, oficialmente, não existe nenhum acervo público da Rede Globo onde essas corridas poderiam ser encontradas, e foi necessário fazer uma busca de sites ou páginas que disponibilizassem as corridas pela internet para a coleta. Os GPs de San Marino, Mônaco e Austrália foram encontradas na página “Fórmula 1 – Corridas Clássicas” no Facebook⁶. Já o GP do Brasil, diferentemente de outros por ser em casa e ter uma cobertura mais ostensiva, teve uma abertura de transmissão mais longa, com reportagens especiais. Esta foi encontrada no canal “alxqueiroz”, e a corrida no canal “F1 Play Não Oficial”, ambos do YouTube⁷.

Na análise, foram extraídos fragmentos de texto e imagem utilizados nas transmissões que se referiam a Ayrton Senna. Pelo fato de as transmissões terem suas imagens padrão divulgadas em todas as emissoras que têm direitos das corridas pelo mundo, não necessariamente limitou-se a uma associação verbal e não verbal – ou seja, trechos em

⁶ Link da página: <https://www.facebook.com/flcorridasclassicas/>

⁷ Links das páginas: <https://www.youtube.com/user/alxqueiroz>;
<https://www.youtube.com/channel/UCOqzTHYwe0CR5jAgOTN1y-w>.

que o piloto era citado, mas não aparecia na tela, também foram incluídos.

Como citado no começo, a análise foi feita via estudo de caso. Yin destaca que um estudo de caso “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (2001, p. 32). Esses fenômenos, no estudo de caso, recebem uma abordagem mais explanatória, contemplando questionamentos do tipo “como” e “por quê”. Para trabalhos como este, onde se envolve uma análise histórica de determinados eventos e suas nuances, o estudo de caso se encaixa com mais naturalidade. “Isso se deve ao fato de que tais questões lidam com ligações operacionais que necessitam ser traçadas ao longo do tempo, em vez de serem encaradas como meras repetições ou incidências” (idem, 2001, p. 27).

Os estudos de caso têm cinco aplicações diferentes: podem explicar os vínculos causais em intervenções da vida real que são complexas demais para as estratégias experimentais; descrever uma intervenção e o contexto na vida real em que elas ocorrem; ilustrar certos tópicos dentro de uma avaliação; explorar situações onde a intervenção avaliada não apresenta um conjunto simples de resultados; ou uma “metaavaliação”, avaliando outros estudos de avaliação (idem, 2001).

O estudo de caso utiliza seis fontes distintas para a coleta de evidências e de fatos: artefatos físicos, documentos, entrevistas, observação direta, observação participante e registros em arquivo (DUARTE in DUARTE; BARROS, 2005). O registro em arquivo é o exemplo deste trabalho em questão, pela análise das corridas da temporada de 1994 da Fórmula 1. Como lembra Yin, “a maioria dos registros em arquivos foi produzida com um objetivo específico e para um público específico (diferente da investigação do estudo de caso), e essas condições devem ser avaliadas por completo” (2001, p. 112).

Em resumo, o estudo de caso é o método que contribui para a compreensão dos fenômenos sociais complexos, sejam individuais, organizacionais, sociais ou políticos. É o estudo das peculiaridades, das diferenças daquilo que o torna único e por essa mesma razão o distingue ou o aproxima dos demais fenômenos (DUARTE in DUARTE; BARROS, 2005, p. 234).

Na análise em questão, alguns conceitos e definições foram utilizados durante o desenvolvimento teórico. Foram estes:

Tabela 1: conceitos e definições utilizados durante o desenvolvimento teórico

CONCEITO	DEFINIÇÃO
Herói	“Homem que era divinizado depois de sua morte; semideus; Homem que se notabiliza por feitos guerreiros ou atos de grande coragem; Indivíduo que se distingue por seus feitos” (MICHAELIS ONLINE, 2020). “Nenhum herói é épico por aquilo que faz; ele só se torna épico pelo modo de ser apresentado aquilo que faz. Assim, também, o anti-herói só deixa de ser ‘herói’ por ele não se enquadrar no esquema de valores subjacente ao ponto de vista narrativo” (KOTHE, 1985, p. 16). “se destaca de um modo qualitativamente único dos outros homens na esfera de sua atividade e, ainda mais, que o registro das realizações em qualquer setor é a história dos feitos e pensamentos de heróis” (KOTHE, 1985, p. 29). “[...] uma personalidade histórica não pode ser explicada apenas do ponto de vista de sua psicologia individual; que seus traços, intelectuais e morais, são produtos de uma interação contínua entre capacidades inatas e condições sociais” (HOOK, 1962, p. 97).
Mito	“História fantástica de transmissão oral, cujos protagonistas são deuses, semideuses, seres sobrenaturais e heróis que representam simbolicamente fenômenos da natureza, fatos históricos ou aspectos da condição humana; fábula, lenda, mitologia; Interpretação ingênua e simplificada do mundo e de sua origem; Uma pessoa ou um fato cuja existência, presente na imaginação das pessoas, não pode ser comprovada; ficção (MICHAELIS ONLINE, 2020). “O mito é, pois, capaz de revelar o pensamento de uma sociedade, a sua

	concepção da existência e das relações que os homens devem manter entre si e com o mundo que os cerca [...] A eficácia do mito e não a verdade é que deve ser o critério para pensá-lo” (ROCHA, 2006, p. 12-14). “Constrói-se um mito, também, pela identificação e aproximação. O indivíduo comum, funcionário, sem recursos, dotes e força, se identifica imediatamente” (RODRIGUES, 2016, p. 8-11).
Ídolo	“Estátua, figura ou imagem que representa uma divindade e que é objeto de adoração; Objeto de grande amor ou de extraordinário respeito e admiração; herói” (MICHAELIS, 2020). “é a situação social e, ao mesmo tempo, o seu signo: consequentemente, não apenas um fim concreto perseguível, mas o símbolo ritual, a imagem mítica em que se condensam aspirações e desejos” (CAMPBELL, 2008, p. 243). “é aí que a vida está de fato – nas prateleiras mais altas, não nas mais baixas” (CAMPBELL, 2003, p. 255). “Os ídolos são na verdade tipos de identidades culturais, em que os indivíduos se identificam básica e inicialmente pelos seus talentos como esportistas, atletas e artistas, para assim depois por seus valores morais e histórias de vida que são apresentadas pela mídia” (MUSSA, 2010, p. 13-18). “O esporte permite as demonstrações de paixão nas ruas, nas residências, no trabalho [...] O torcedor, muitas vezes, ignora a técnica e é puramente passional” (STAUDT, 2009). “Cada mitologia é, naturalmente, orientada para determinada situação histórica; ela surge de um povo, de uma província, e desse determinado povo, dessa determinada província. Há, portanto, uma modulação local”

	(CAMPBELL, 2003, p. 77).
--	--------------------------

Fonte: elaboração própria

A partir dos eixos verbal e não verbal, dividiu-se as unidades de análise propostas por Coutinho (2016) na análise da materialidade. O objetivo, com isso, foi fazer a categorização dos elementos buscando seus encaixes nesta forma de análise. Tal modelo, como descrito por Coutinho, é um “que tomaria como objeto de avaliação a unidade texto + som + imagem + tempo + edição” (2016, p. 10).

Acredita-se que as interpretações de edições de programas jornalísticos ou de parte deles, de uma cobertura particular ou de séries de produtos de jornalismo audiovisual, em uma eventual perspectiva comparativa, não devem realizar operações de decomposição/leitura, que descaracterizariam a forma de enunciação/produção de sentido do telejornalismo. Assim, os procedimentos metodológicos envolveriam inicialmente a identificação do objeto empírico a ser investigado, e o estabelecimento de eixos e itens de avaliação tendo em vista as questões de pesquisa, o referencial teórico utilizado e ainda, mas não menos importante, os elementos paratextuais que se inscrevem em uma determinada materialidade audiovisual (COUTINHO, 2016, p. 10).

Neste caso, o processo se divide em quatro etapas: definição de eixos de avaliação; ficha de leitura; amostra e armazenamento do material; e por fim, a realização da análise. Explicitar os procedimentos adotados permite que quem acompanha o trabalho entenda os mesmos e tenha maior domínio dos resultados (idem, 2016). A análise neste sentido torna-se importante, pois expõe os procedimentos que serão utilizados. Para Coutinho, “ao narrar o telejornalismo em pesquisas, acredita-se que é preciso portanto explicitar os métodos e procedimentos que atuariam como uma espécie de moldura para a janela que se busca abrir para o mundo, do jornalismo audiovisual, a cada pesquisa realizada” (2016, p. 14).

Tabela 2: categorização dos elementos utilizados nas análises

Elementos	Descrição
Texto	Palavras, frases e descrições utilizadas nas narrativas e suas interpretações.

Som	Elementos sonoros utilizados na descrição dos fatos, que também imputam determinado sentido.
Imagem	Elementos visuais que se complementam ao texto e ao som na construção do conteúdo audiovisual.
Tempo	Duração em que determinado assunto é abordado no recorte específico.
Edição	Escolha e seleção de elementos, elaborando uma montagem com determinado sentido.

Fonte: elaboração própria

5.2 As corridas

As análises das corridas foram divididas para melhor compreensão. Inicialmente, é feita uma descrição de cada uma das quatro corridas separadamente, com os termos de destaque que foram utilizados e como eles se relacionam com os conceitos teóricos. Assim, é facilitada a forma com que o leitor compreenda a construção da imagem de Senna. Depois disso tudo, em um tópico específico, é feita uma síntese desta análise, destacando tempo de transmissão e imagem dedicados a ele, os termos utilizados junto às citações em seu nome, entre outros pontos essenciais para o entendimento.

5.2.1 GP do Brasil 1994 – A última em casa

A temporada de 1994 foi aberta com o Grande Prêmio do Brasil, no dia 27 de março, no Autódromo José Carlos Pace, em Interlagos, São Paulo. Na época, o GP do Brasil costumava figurar entre os primeiros do ano, mas seria a primeira vez desde 1990 em que tal corrida inaugurava o campeonato.

Como já dito anteriormente, era altíssima a expectativa. Principalmente por conta do ídolo local: Ayrton Senna estreava naquela prova pela Williams, a equipe que havia dominado as duas últimas temporadas da Fórmula 1. Por ser também o único piloto daquele *grid* já campeão mundial (a categoria vivia uma entressafra da geração que surgiu nos anos

1980, com Alain Prost, Nelson Piquet e Nigel Mansell já fora), esperava-se que Senna não só vencesse, mas mostrasse uma grande superioridade naquela temporada.



Figura 4: bandeirão da torcida para Ayrton Senna em Interlagos. Fonte: GP Brasil 1994 (27/03/1994)

A empolgação também foi refletida na transmissão oficial. Logo no primeiro minuto, ao abrir o pré-corrida feito pela Rede Globo, o narrador Galvão Bueno falou como se estivesse prevendo a conquista. “E este é um ano que exatamente promete muito para nós brasileiros. Ayrton Senna rumo ao tetracampeonato no volante do melhor carro do planeta, a Williams FW16” (BUENO et al., 1994).

Senna largava na *pole-position* depois de ter feito o melhor tempo na classificação. Como destacou a transmissão, antes da corrida, “o público continua incentivando aí seu ídolo maior, Ayrton Senna, esperando mais uma vitória no Grande Prêmio do Brasil, e que ele possa arrancar para a conquista do tetracampeonato mundial” (idem, 1994).

Tal frase já expõe a referência ao ídolo. Por ser um grande vencedor e atingir muitos feitos positivos durante tantos anos, o esportista naturalmente se transforma em uma pessoa de importância. Por isso, o público torce e se espelha nele como um exemplo de sucesso (CAMPBELL, 2003).

Por ter um pré-corrida um pouco mais robusto que os demais – graças ao GP local – a Rede Globo trouxe reportagens para contextualizar a corrida brasileira. Duas delas citavam Senna diretamente com um tom de curioso: uma sobre o que as cartas do tarô diziam das chances dele na corrida, e outra sobre o que as cores de cada carro diziam sobre a temporada.

Além disso, houve uma entrada nas arquibancadas de Interlagos, com o público vestindo camisas do piloto, e uma entrada no *grid* de largada entrevistando o fiscal de pista que segurava a placa da posição de Senna. Outro momento bastante chamativo veio na casa dos 12min de transmissão: a Globo exibiu uma volta *onboard* de Ayrton Senna, durante os treinos da sexta-feira, narrada pelo próprio – destacando os pontos da pista enquanto acelerava. “Aí você teve Ayrton Senna, num momento de arrepiar” (BUENO et al., 1994).

Ainda antes da corrida, a Rede Globo exibiu pequenos vídeos falando sobre todas as equipes e os seus pilotos. E na hora de destacar a Williams, novamente a torcida: “E o nosso Ayrton Senna, 34 anos, tricampeão do mundo” (idem, 1994). A expressão “nosso” ao se referir a Senna relata bem a identificação com o ídolo, já que eles são “tipos de identidades culturais, em que os indivíduos se identificam básica e inicialmente pelos seus talentos como esportistas, atletas e artistas” (MUSSA, 2010, p. 13-18). A proximidade também é importante para tal, visto que a idolatria surge de um povo e traz um fator local (CAMPBELL, 2003). E a expressão “nosso” remete a isso: um brasileiro, um dos nossos.

Começa a corrida, com Senna partindo melhor e abrindo vantagem na frente. Nas primeiras voltas ele vai se distanciando, mas pouco a pouco Michael Schumacher se aproxima. A disputa forte entre a Williams e a Benetton dura praticamente toda a prova. Com o rival se aproximando aos poucos, a transmissão começa a questionar se o equipamento do alemão teria condições de suportar toda a prova, o que dava mais esperança à torcida. “Será que o motor Ford Cosworth do Schumacher vai aguentar? É uma dúvida que até o próprio Senna levantava” (BUENO et al., 1994). Novamente, pouco depois, há uma aproximação e a narração tenta relativizar tal fato, exaltando a liderança do piloto brasileiro. “O Schumacher baixou de novo, 1.18.4. Mas é bom deixar claro o seguinte: a cada volta eles vão baixar, porque estão perdendo combustível, o pneu entrando em melhor condição, o freio vai ficando melhor. Então é normal que vá baixando a cada volta” (idem, 1994).

A todo momento, a transmissão utiliza palavras que aproximem Senna do público que acompanha pela TV. Por exemplo, em determinado momento onde aparece uma imagem de Senna *onboard*, Galvão Bueno vai praticamente conduzindo o público. “Aí você vai de carona com Ayrton Senna. Vai tomando a esquerda para fazer a descida do lago. 155, 190, passou de 200, tome velocidade, vai subindo e vem o ‘Laranja’” (idem, 1994). Isso remete

ao que já foi citado anteriormente: o ídolo que tem um fator local, que é um dos nossos, e com o qual o público pode se identificar – no caso da linguagem da transmissão, como se estivesse “seguindo” o seu caminho.

Em algumas partes da transmissão, aparece um comentarista convidado: o piloto Mauricio Gugelmin, ex-Fórmula 1. Num determinado momento, ao ser perguntado se Senna estaria em ritmo conservador para preservar pneus, diferentemente de Schumacher, ele diz:

Isso é uma grande verdade, Galvão. O Ayrton administra muito a vantagem que ele tem. E uma coisa é chegar, passar é completamente outra coisa. E o Ayrton sabe, como a experiência dele deu durante os anos, muita experiência neste sentido de segurar, fazer o outro gastar mais o carro. E como você citou, hoje a gente não sabe como estão com o tanque, quanto de combustível tem. Mas a corrida está sob controle (idem, 1994).

Tal fala destaca o herói e o seu protagonismo. Como lembra Kothe (1985), o herói é aquele cujo qual tudo gira em torno, e é por base nele que a história se desenvolve. Ao expor tal opinião, a transmissão assume a posição de que a aproximação de Schumacher só se dá graças a um controle de Senna – é o herói que controla o ritmo e não deixa escapar.

Vem a primeira rodada de *pit-stops* da corrida e Schumacher ultrapassa Senna. Os dois pararam no mesmo instante, e o trabalho da Benetton foi superior ao da Williams. Com o tempo, o alemão vai abrindo vantagem e mostrando um melhor carro para aquela situação. Mesmo assim, é mantida a esperança para cada momento oportuno, como quando Schumacher tem dificuldades para pôr volta em retardatários. “Você viu lá uma certa dificuldade para Schumacher colocar volta, o que pode permitir uma aproximação de Ayrton Senna” (BUENO et al., 1994). A empolgação no tom aumenta visivelmente quando Senna começa a tirar alguns segundos de diferença. “Eu disse que o Senna vinha tirando, tirou um segundo duas voltas atrás. Agora 20.3 virou Schumacher, 19.4 virou Senna, antes da parada. Vem tentando chegar Ayrton Senna!” (idem, 1994).

Enquanto os dois disputam décimo a décimo, a transmissão lembra antigos rivais de Senna para destacar a presença de Schumacher. Como citado inicialmente, sem os grandes campeões de outrora a dominância de Senna parecia certa, mas já se percebe logo de cara que o novo rival não dará vida fácil.

Os dois vão brigar essa temporada inteira, mas vai ser de arrepiar. Depois que o Senna veio para as pistas teve o Rosberg, teve Alboreto que uma vez freou de propósito para o Senna bater atrás dele em um Grande Prêmio da Áustria, e depois virou grande amigo do Senna. Aí depois teve a fase da rivalidade com Piquet, depois teve a fase da rivalidade com Mansell. A maior de todas é claro com Prost, desde 1988. E agora o pega é com esse aí, ô! Com esse alemão fera, Michael Schumacher (idem, 1994).

Essa é a chamada “edificação” do herói, trazida por Kothe (1985). O herói não é apenas épico pelo que faz, mas também como faz. Neste caso, destacar as rivalidades de Senna pontua exatamente isso: o piloto que não apenas vence, mas vence contra grandes nomes e adversários. E que agora, mais uma vez, terá um grande adversário que promete duelos pesados contra si.

Com a segunda rodada de *pit-stops*, Schumacher segue na frente. Por isso, Galvão Bueno utiliza uma expressão típica do automobilismo para elogiar e incentivar Senna: diz que ele precisa se aproximar “no braço” – ou seja, com base no talento. “Agora não tem mais troca nenhuma prevista, agora é no que der, no carro e no braço. Braço a gente sabe que não falta, pode estar faltando carro porque o Schumacher tem melhor rendimento a essa altura” (BUENO et al., 1994). O sucesso não era apenas importante para o campeonato, mas também tinha um fator importante destacado pela transmissão: “tentar a sua terceira vitória por aqui, e o sonho da galera que é de mais uma vitória de Ayrton Senna” (idem, 1994).

Então, Senna começa a se aproximar de Schumacher. Pouco a pouco, mostrando muita vontade, ele vai para cima e se aproxima, prometendo grande briga. A transmissão percebe o bom momento, não esconde a empolgação com a possibilidade e aumenta o tom. “Lá vem Senna na captura de Schumacher! Vem que vem balançando, ali atrás do Lamy, vem abrindo caminho a sua maneira, o carro balança e ele deixa para frear lá dentro, traz no braço e vem embora! Vem para tentar botar pressão outra vez em cima de Schumacher!” (idem, 1994). Poucas voltas depois, quando a diferença diminui ainda mais, novamente o talento de Ayrton é exaltado para empolgar a torcida em busca da vitória.

Tirou um segundo na volta! Agora é no braço, no talento, na vontade e no condicionamento físico! Senna tirou um segundo nessa volta, a diferença cai para cinco. Olha a diferença aí! Schumacher na ponta, Senna em segundo. Vai arrepiar o final do Grande Prêmio do Brasil! (idem, 1994).

Tudo isso ressalta o lado da superação do ídolo. Um dos motivos de ele ser construído como tal é, além do talento (a diferença que tem que ser tirada “no braço”), a ultrapassagem de provações e obstáculos. É por meio da superação às adversidades que a idolatria se expande e vira uma marca. Por isso, tanto quanto a qualidade do indivíduo, a sua trajetória influencia (CATALDO, 2003). É o caso das dificuldades enfrentadas por Senna no GP. Mas na 55ª volta, balde de água fria na empolgação: Senna roda na “Junção” e abandona a prova.

Olha só o Senna como veio, forçou, forçou, forçou, forçou... a traseira saiu da Junção para a saída da reta do box. Ele tinha acabado de tirar um segundo na volta anterior. Vinha com tudo ali. Está de costas, para tentar voltar [...] O Senna vinha andando tudo que tinha direito. Ele vinha já na chamada moda da casa. Posição 1, Senna *out*, é o que é informado para Michael Schumacher para ele ter mais sossego (BUENO et al., 1994).

Na hora em que Senna sai do carro, inclusive, há um gráfico da transmissão que destaca os batimentos cardíacos do piloto. Pouco depois, uma imagem emblemática de parte do público deixando mais cedo as arquibancadas de Interlagos, esperando pela vitória que não veio. “E olha só a decepção do torcedor brasileiro. Ele pegou trânsito, sonhou, e o Senna para a pouco mais de 10 voltas para o final” (idem, 1994). Sem a identificação com o ídolo, sem aquele cujo qual se espelha, o torcedor não vê motivos para continuar.



Figura 5: Senna na grama após o abandono, com um gráfico que mostra os seus batimentos cardíacos. Fonte: GP Brasil 1994 (27/03/1994)

Schumacher então rumou para uma vitória tranquila em São Paulo. E um momento curioso aconteceu no fim e foi destacado na transmissão: as bandeiras que os fiscais tremulavam aos pilotos após o fim da prova. Tudo com base no grande nome nacional, e mais uma vez referenciando-se à ligação do ídolo com o local, pontuada por Mussa (2010).

E mesmo não tendo a vitória de Senna, eles combinaram entre eles, os fiscais, que eles agitariam as bandeiras verdes, amarelas, azuis e brancas, sem mexer com vermelha, amarela e vermelha, já que todos esperavam a vitória de Senna. Eles disseram que balançariam verde, amarelo, azul e branco (BUENO et al., 1994).

Por fim, é importante destacar a questão das imagens. Como já citado na pesquisa, à época as imagens eram feitas pela emissora transmissora local – no caso, o GP Brasil tinha as imagens feitas pela Rede Globo distribuídas para o mundo. Houve grande atenção a Senna, como será detalhado mais especificamente.

5.2.2 GP de San Marino 1994 – A morte

Cinco semanas depois da corrida brasileira, o GP de San Marino era palco da terceira etapa da temporada. Com duas corridas realizadas, Michael Schumacher somava duas vitórias e 20 pontos; já Ayrton Senna somava dois abandonos e zero pontos. Por isso, a prova de Ímola era essencial para Senna se recuperar na disputa pelo campeonato. Logo no primeiro minuto de transmissão, o narrador Galvão Bueno destaca: “Aí está Ayrton Senna, que leva a esperança da torcida brasileira, de que possa finalmente começar o campeonato com pontos e com resultados” (BUENO, 1994).

Mas o domingo, 1º de maio de 1994, trazia um clima bastante carregado. Durante um dos treinos da sexta-feira, o compatriota Rubens Barrichello sofreu um acidente onde capotou e recebeu um impacto equivalente a 95 vezes a força da gravidade. “Barrichello foi levado ao *Hospital Maggiore*, em Bolonha, mas, apesar do incidente ter sido bastante impressionante, teve 'apenas' um nariz quebrado e uma lesão no braço que recebeu um gesso” (CURTY, 2019). Já na classificação de sábado, o acidente de Roland Ratzenberger teve consequências muito piores: o austríaco faleceu após uma violenta pancada na curva *Villeneuve*. Os incidentes deixaram todos abalados e um clima pesado ficou no ar para a

corrida. E como destacou Galvão Bueno antes da largada, Ayrton Senna teve um papel importante nos diálogos com os pilotos a respeito da segurança.

Alguns pilotos, e nisso a liderança de Ayrton Senna, se negaram a continuar nos treinos. Senna tomou uma posição muito importante, virou uma página importante na sua história de campeão. Porque ele assumiu essa posição, ele ainda está com a suspensão de observação, foi ameaçado pelos fiscais, argumentou com a sua experiência e condição de tricampeão mundial. Hoje, todos disseram que estava tudo bem e reconheceram o posicionamento dele, porque fortaleceu a união dos pilotos. Hoje existiu conversa entre Senna, Lauda, Berger e Alboreto, com outros pilotos. É quase como se estivesse renascendo a GPDA, *Grand Prix Drivers Association*, a associação de pilotos de Grand Prix (idem, 1994).

Como já citado e destacado por Staudt (2009), o ídolo no esporte não apenas está ligado ao técnico. Muitas vezes, o público acaba criando uma ligação passional com o mesmo. Em uma situação como esta, em que Senna toma uma posição importante a respeito da segurança dele e de seus colegas, o aspecto passional em volta dele cresce ainda mais. Por isso, ao usar o termo “sua história de campeão” para se referir a Senna, Galvão Bueno reforça a idolatria ao piloto, exaltando-o pelo posicionamento.



Figura 6: A concentração de Senna antes da corrida em San Marino. Fonte: GP San Marino 1994 (01/05/1994)

Na largada da corrida, o primeiro acidente. O carro do finlandês JJ Lehto, que largava em quinto, ficou parado no *grid*. Todos foram desviando, mas o português Pedro Lamy, que largava em 22º, pegou em cheio a traseira de Lehto. O acidente forçou a entrada do *safety-*

car por algumas voltas, mas também gerou suas consequências. “Nenhum dos pilotos saiu ferido, mas restos dos carros envolvidos no acidente voaram em direção às arquibancadas. Quatro torcedores ficaram feridos” (FOLHA DE S. PAULO, 1994).

Depois do susto e da saída do carro de segurança, a corrida recomeçou na sexta volta, com natural destaque para o líder Ayrton Senna. Mas logo no começo da volta seguinte, veio o momento que mudaria rumos da Fórmula 1.

Senna vem para completar a sexta volta. Passa rasgando na reta Ayrton Senna, seis voltas completadas! Aí ele tenta fazer falar mais alto o seu motor Renault em relação ao motor Ford. É a parte de maior velocidade, eles vão atingir os 330 quilômetros por hora... Senna bateu forte!! Senna escapou e bateu muito forte! Ele vinha em primeiro, escapou e bateu muito forte! Ayrton Senna... a batida muito forte! Ali na *Tamburello*, no mesmo lugar onde Piquet e Berger bateram (idem, 1994).

O choque de Galvão Bueno na narração mostra bem o impacto do fortíssimo acidente. Pouco mais de um minuto após a pancada, Senna tem um movimento de cabeça destacado por Bueno: “Mexe a cabeça! Mexe a cabeça Ayrton Senna! Parece ter a consciência” (idem, 1994). E a partir daí, começa a angústia do atendimento.

A transmissão oficial dá destaque total ao atendimento a Senna, em alguns momentos até de forma bem próxima aos trabalhos com o corpo. A partir do momento da batida, a imagem fica por 1min27 seguidos no carro. Após isso vem o *replay*, e a partir daí a transmissão fica por 19min47s focada exclusivamente no acidente, na tensão e nas reações do autódromo.

Na transmissão da Rede Globo, Galvão Bueno e Reginaldo Leme alternam comentários entre momentos de silêncio absoluto, demonstrando claríssima tensão. Após reclamar da mudança de regras para aquela temporada, que retirava importantes componentes tecnológicos do carro, e destacar a posição de Senna pela segurança, Galvão mal consegue completar um raciocínio. “O Brasil passou momentos terríveis na sexta-feira com Rubens Barrichello, e passa momentos... é difícil falar” (idem, 1994).

Logo depois, com 25min de transmissão, Galvão Bueno apela para a religião (um aspecto bastante forte de Senna), ao lembrar novamente do acidente de Rubens Barrichello. “Eu disse ontem a Rubens Barrichello, quando ele dizia ‘Deus esteve comigo’. E eu dizia ‘Deus é bom, Rubinho. Mas ele é sempre muito melhor com quem é bom, com quem tem

bons princípios, com quem tem boa formação’. E aí que fique a prece de todo o Brasil” (idem, 1994).

Ao evocar à divindade para pedir pela saúde de Senna, o narrador da Rede Globo lhe dá um tratamento quase que mitológico, recorrendo a este protagonista de força superior para lhe dar saúde. Segundo o Michaelis Online (2020), o mito seria uma “história fantástica de transmissão oral, cujos protagonistas são deuses, semideuses, seres sobrenaturais e heróis que representam simbolicamente fenômenos da natureza, fatos históricos ou aspectos da condição humana; fábula, lenda, mitologia”.



Figura 7: O momento da batida fatal de Senna. Fonte: GP de San Marino 1994 (01/05/1994)

Com o narrador aparentemente abalado, alternando entre momentos de silêncio e falas com um tom bem mais grave e pausado, coube a Reginaldo Leme liderar a transmissão em alguns momentos. Aproximadamente 9min após a batida, com os médicos já realizando o atendimento, o comentarista – que manteve um tom sereno a todo tempo – tenta tranquilizar o público.

Mais importante do que o tempo, é o atendimento correto, seguindo corretamente as determinações deste homem que é o chefe da equipe médica que está aí cuidando do Senna, que é o professor Sid Watkins, e toda a equipe que trabalha para ele. Tudo aí está perfeito, como se ele já estivesse no hospital. Não falta nada no atendimento que tem que ser prestado a Ayrton Senna (LEME, 1994).

Enquanto a angústia tomava conta, a transmissão seguia alternando entre silêncios e comentários sobre a postura de Senna sobre a batida e a segurança na Fórmula 1. Depois de longos 17 minutos de atendimento, ele é levado de helicóptero ao *Hospital Maggiore di Bologna*, em Bolonha, cidade próxima ao circuito.

Ao fim do atendimento, novamente a dupla de transmissão faz referências mitológicas com Deus, o protagonista sobrenatural que representa a humanidade, por conta da grave situação. Primeiro, em tom de quase súplica, Galvão Bueno diz: “Aí vai. Leva nossa oração, a nossa fé, a nossa reza” (BUENO, 1994). Aproximadamente 16min depois, ainda com a corrida interrompida, quem faz uso da religião é Reginaldo Leme, lembrando novamente do acidente de Barrichello na sexta-feira.

Nós passamos por isso aqui na sexta-feira. Não estávamos em transmissão ao vivo, então nós é que pudemos aqui assistir a tudo aquilo que vocês viram agora há pouco no atendimento do Senna, nós assistimos em relação ao Barrichello. Eu posso confessar para vocês: rezei bastante, como todo o torcedor brasileiro tem que rezar agora por Senna (LEME, 1994).

Uma informação bastante importante foi omitida na transmissão. Por conta da traqueostomia e de outros procedimentos realizados no corpo de Senna ainda na pista, haviam manchas de sangue ao lado do piloto e do carro, na área de escape. Para evitar um pânico maior do público, Galvão Bueno segurou o fato. Mas ao falar sobre a busca por notícias de Ricardo Tedeschi, *manager* de Rubens Barrichello, ele acabou revelando. “Mas ele conversou com alguns fotógrafos, que diziam que o sangue que a gente viu... que eu sequer tiver coragem a me referir, confesso. A exemplo do Rubinho, houve uma batida de rosto, do capacete, e houve um corte. Isso seria o de menores proporções” (BUENO, 1994).

Com a corrida sendo retomada, repetiu-se algo que aconteceu durante o atendimento: Galvão Bueno se ausentou em certos pontos, e Reginaldo Leme liderou a transmissão, narrando paradas dos pilotos e trazendo a classificação e destaques da prova. Em alguns momentos, ele chegou a fazer isso por dois minutos consecutivos, por exemplo.

Passa o tempo e algumas informações começam a chegar, de seguras a desconstruídas. Depois de algum debate e muita torcida a respeito da situação, Galvão Bueno destaca a primeira informação oficial da Federação Internacional do Automobilismo (FIA), que vai de encontro a outra notícia anterior da agência espanhola EFE.

E sai a primeira informação oficial, dada na sala de imprensa pelo Martin Whitaker, o homem da FIA responsável pelo relacionamento com a imprensa internacional. Que vem ao encontro daquilo que nós dizíamos que era a informação da agência EFE, dizendo que Senna deu entrada vivo no *Hospital Maggiore di Bologna*, na UTI, aquilo que eles chamam de centro de reanimação, a UTI, com ferimento na cabeça. Essa é a posição oficial da FIA. E seguramente ele está nas melhores mãos. Na competência dos médicos e nas mãos lá de cima né, que é mais importante (idem, 1994).

Além de mais uma referência divina (“nas mãos lá de cima”), desta vez começa um apelo para o lado heroico de Senna. Lembrando que o herói, muitas vezes, se destaca também com a ajuda de aspectos além de sua personalidade e que causam impacto na situação (HOOK, 1962). Neste comentário em questão, ao destacar que ele está “nas melhores mãos” – tanto as dos médicos, quanto as divinas –, a narração lembra justamente que Senna, por mais herói que seja, depende de tais aspectos externos para seguir vivendo e evitar o trágico.

Após o atendimento a Ayrton Senna, a transmissão oficial da Fórmula 1 não exibiu mais imagens do piloto. Mas na Rede Globo aconteceu o contrário: durante quatro vezes (com 1h32, 1h57, 2h10 e 2h25 de transmissão), foi reexibido o acidente por conta própria. Em duas destas situações, segundo Galvão Bueno, a batida foi reprisada a pedido do público, que mandava vários telefonemas à Rede Globo pedindo para rever o momento. É importante lembrar que, além de mostrar preocupação com o piloto, o público usa esta maneira para interagir – à época, as formas de interação eram bastante limitadas. Em uma das repetições, novo apelo: “Você reviu o acidente agora, então se une a todo Brasil, a todos nós, como disse o Reginaldo nesse momento de oração, de reza, de fé” (BUENO, 1994).

Assim que Senna foi transportado ao hospital em Bolonha, a equipe liderada pelo repórter Roberto Cabrini se deslocou automaticamente ao local. Com 1h50min de transmissão no ar, acontece um momento importantíssimo: Cabrini, por telefone, enfim consegue contato. E é dele que vem a primeira informação mais precisa.

Falo neste momento da Unidade de Terapia Intensiva, próximo a ela, do *Hospital Maggiore di Bologna*. É muito grave o estado do piloto brasileiro Ayrton Senna. Segundo o boletim médico, ele teve trauma craniano, e está em estado de coma, e tem também quadro de choque hemorrágico. Ainda no circuito, Ayrton Senna teve parada cardíaca. Neste momento, acaba de chegar ao hospital o neurologista-chefe, que está fazendo todos os exames cerebrais em Ayrton Senna. Ele está fazendo neste momento, está sendo

submetido neste momento à tomografia computadorizada. Tão logo tenhamos novas informações, voltaremos a falar do *Hospital Maggiore* aqui em Bolonha. Voltamos a repetir que é muito grave o estado de Ayrton Senna (CABRINI, 1994).

Diante de tal notícia, a transmissão ganha ares ainda mais tensos. E daí, novamente se reforça o lado heroico – já sem fatores externos, mas sim do próprio piloto. Como destaca o dicionário, o herói é o “homem que se notabiliza por feitos guerreiros ou atos de grande coragem; Indivíduo que se distingue por seus feitos” (MICHAELIS ONLINE, 2020). Em determinado momento, quando Bueno (1994) diz que “ele que é um grande vencedor, trava agora a principal luta de seus 34 anos de vida. Sua luta mais importante”, pontua esse lado heroico. Senna, que venceu 41 corridas e três títulos mundiais, tornou-se um herói por aquilo que fez dentro das pistas. Agora, o brasileiro terá que exaltar o seu lado heroico de “grande vencedor” na sua “luta mais importante”: a luta pela sobrevivência.

Na 44ª volta, acontece um último incidente. O italiano Michele Alboreto, da Lotus, saiu dos boxes com uma roda mal fixada, que se soltou e voou em direção à posição de mecânicos de outras equipes. “Já no fim da prova, dois mecânicos da Ferrari e dois da Lotus ficaram feridos quando Michele Alboreto deixou os boxes da Minardi, e um pneu que não estava fixado rumou desgovernado pelo *pit lane*” (SABINO, 2019). Com mais um incidente com feridos e ambulância no *pit lane*, Galvão Bueno esbraveja na transmissão. “Mas que coisa terrível este Grande Prêmio de Ímola. Que coisa absurda! [...] Vinte anos de todas essas emoções na Fórmula 1, eu jamais vi nada parecido” (BUENO, 1994).

Já nas últimas voltas do trágico GP, após comentar mais algumas vezes a respeito da preocupação de Senna com a segurança, a transmissão da Rede Globo destaca que permaneceria em plantão durante todo o dia para trazer novas informações do estado de saúde do brasileiro. “A gente avisa que a corrida está a menos de sete voltas do final. Mas nós temos uma outra corrida muito mais importante que essa a acompanhar durante todo o dia. Estaremos em plantão permanente, sempre em contato com você aí no Brasil” (idem, 1994). Logo em seguida, Reginaldo Leme volta ao microfone para dizer que “não é um fim de semana para ser esquecido não, muito pelo contrário. É para ser lembrado, desde que utilizado para se mudar radicalmente o que agora se comprova que está errado” (LEME, 1994).



Figura 8: À esquerda do carro de Senna destruído, é possível ver a mancha vermelha de sangue no chão. Fonte: GP de San Marino 1994 (01/05/1994)

Tal comentário de Leme também evoca a presença do herói. Quando ele diz que o fim de semana deve ser lembrado e usado como base para mudanças, rememora o conceito de Hook (1962), que lembra o herói como um ponto de virada para superação de crises. Já Kothe (1985) pontua o herói como um personagem dominante que movimenta as narrativas com sua força. No caso, a força de Senna seria tão grande para a Fórmula 1 que, sobrevivendo ou não, as consequências daquele acidente seriam importantes para uma guinada na busca pela segurança⁸. Ele se tornaria o que Hook chama de “homem-época”, cujos acontecimentos ligados a ele não marcam apenas um determinado momento, mas toda a história, provocando drásticas mudanças. “É o herói como homem-época que deixa a marca positiva de sua personalidade na História – uma marca que ainda se observa depois de ele desaparecer do cenário” (HOOK, 1962, p. 133).

Faltando praticamente três minutos para o fim, o único brasileiro na pista abandona. Christian Fittipaldi, que era o quinto, roda na curva *Villeneuve* e sai da corrida. Mas em vez

⁸ A Fórmula 1 viu várias mudanças serem implantadas nos carros após este dia, como o uso de suporte para cabeça e pescoço, capacetes de carbono, proteções laterais no *cockpit*, rodas mais bem amarradas, além de novos asfaltos e barreiras de segurança nas pistas, e normas mais estritas nos testes de resistência dos veículos (TERRA, 2014).

de falar sobre o prejuízo técnico do resultado, Galvão Bueno demonstra alívio com a segurança. “E a gente vê o Christian sair andando, pleno. A essa altura, um alívio muito grande e uma imensa felicidade de ver o Christian sair ali caminhando normalmente, no que poderia ter sido mais um acidente” (BUENO, 1994).

Logo em seguida, Galvão Bueno faz uma fala que contém mais um elemento do herói: sua identificação com a nação. Este é identificado por Kothe (1985), que pontua o herói como um símbolo de um país. Para os brasileiros, ele representava bem a imagem local no exterior, o que se encaixava em tal conceito. Na fala, ele diz que “nossa corrida continua junto com Ayrton Senna, lá no *Hospital Maggiore di Bologna*” (BUENO, 1994). A “nossa corrida” não é só uma corrida de Senna, mas de todo o país que se une. Além do mais, o tricampeão tinha uma importância tão grande que, em determinado momento, ele passou a não apenas ser um ídolo do Brasil, mas sim de todo o mundo.

Acaba a corrida com mais uma vitória do alemão Michael Schumacher, com o italiano Nicola Larini em segundo e o finlandês Mika Häkkinen em terceiro. E a equipe da Rede Globo, logo após destacar que nenhum resultado era mais importante que a luta de Senna, recebe a notícia de que o repórter Roberto Cabrini estava pronto. Ele entrou, com 2h25 de transmissão, pela última vez.

E voltamos a falar neste momento do *Hospital Maggiore di Bologna*, onde Ayrton Senna está internado na Unidade de Terapia Intensiva. Ayrton Senna chegou ao *Hospital Maggiore di Bologna* de helicóptero, do Autódromo de Ímola, às 9h44 horário de Brasília, 14h44 horário aqui da Itália. Nós passamos agora o boletim que foi dado pela chefe do setor de reanimação do *Hospital Maggiore di Bologna*, Maria Tereza Fiandri. O estado de Ayrton Senna é considerado muito grave. Evidentemente, existe o risco de vida. Ayrton Senna sofreu trauma craniano, está em estado de coma e apresenta quadro de choque hemorrágico. Ainda no circuito, segundo a doutora Maria Tereza Fiandri, o piloto teve parada cardíaca. Ele está neste momento sendo examinado, sofrendo exames de tomografia pelos neurologistas aqui do hospital. Tão logo tenhamos novas informações, nós voltaremos a falar diretamente do *Hospital Maggiore di Bologna* (CABRINI, 1994).

Para encerrar a transmissão, o narrador Galvão Bueno deixa um último recado. Falando em nome, segundo ele, da Rede Globo e de todo o país, ele se direciona aos familiares mais próximos de Ayrton Senna – o pai Milton, a mãe Neide, e os irmãos Viviane

e Leonardo. Mais uma vez, evoca a Deus pela melhora do piloto.

Seu Milton, dona Neide, Viviane e Léo, os irmãos. Saibam, tenham certeza, rezem muito, e saibam que o país inteiro está com vocês neste momento. É sem dúvida alguma um momento muito difícil para todos. Mas nós estaremos aqui, nós aqui, todos nós da Globo e o país inteiro. Lute Ayrton, lute muito como você sempre lutou na pista. Seja bravo, como você sempre foi. Que Deus esteja contigo (BUENO, 1994).

Ao dizer que “o país inteiro está com vocês”, novamente ele evoca o conceito do herói identificado com a nação, chamando todos para uma corrente. No fim, por uma última vez Deus é “chamado” para interceder na melhora de Ayrton – nova referência ao mito, o ser que transcende o lado humano e que carrega grandes poderes capazes de mudar os rumos.

Mas desta vez, tais poderes não mudaram os rumos. Seria a última vez em que Ayrton Senna estaria presente.

5.2.3 GP de Mônaco 1994 – Seguindo em frente

“A Fórmula 1 sente, chora, mas faz força para seguir em frente, para continuar forte e para continuar levando a você sempre um grande espetáculo de muita emoção” (BUENO, 1994). Assim foi aberta a transmissão da Rede Globo no Grande Prêmio de Mônaco de 1994. A corrida realizada nas ruas de Monte Carlo em 15 de maio foi a primeira depois dos trágicos acontecimentos em San Marino, e todos os envolvidos com a Fórmula 1 seguiam ainda sob clima de tristeza. É uma situação que traz a referência direta ao herói pelo seu lado trágico – aquele potencialmente épico, que tinha tudo para fazer história neste caso, e acabou dando errado com a morte precoce e inesperada (KOTHE, 1985).

Durante a transmissão, foi destacada várias vezes a homenagem feita a Ayrton Senna antes da largada. Na ocasião, os pilotos se juntaram na primeira fila, com os outros brasileiros do *grid* – Christian Fittipaldi e Rubens Barrichello – segurando uma bandeira do Brasil com o rosto de Senna, onde foi realizado um minuto de silêncio. A primeira fila em questão ficou vaga: na primeira posição havia uma bandeira do Brasil em homenagem a Ayrton Senna, e na segunda uma bandeira da Áustria em homenagem a Roland Ratzenberger, que faleceu no dia anterior à morte de Senna. Tal fato, por incrível que pareça,

não foi mostrado na transmissão, mas acabou sendo destacado durante cinco vezes. Em uma delas, o narrador Galvão Bueno destacou as *pole-positions* de Ayrton Senna: “todos os pilotos foram à *pole-position*; posição que ficou vaga; a posição que por 65 vezes foi de Ayrton Senna, e à primeira fila que na enorme maioria de vezes na sua carreira, desde sua segunda temporada Senna sempre esteve ali” (BUENO, 1994).

Essa foi uma das citações a Ayrton Senna ao longo da transmissão da Rede Globo. A maioria delas, além de destacar as homenagens, exaltava os talentos e virtudes do tricampeão. Tal fato mostra, além de uma tentativa de buscar manter a imagem do piloto viva (por questões de proximidade e de audiência), uma ligação de Senna como um ser mitológico, aquele que está acima de todos e que transcende a parte humana. Como já destacado, o mito não se relaciona com seres humanos apenas, mas também traz referências a objetos não vivos ou pessoas que já passaram. Por ele não estar mais presente, o que se mantém a partir deste instante é o pensamento, a lembrança, o imaginário do indivíduo. E é por esta construção individual que o mito se constrói, entra na sociedade e dialoga com ela (ROCHA, 2006).

No nono minuto de transmissão, por exemplo, quando Michael Schumacher abria com sua Benetton uma imensa vantagem na liderança sob Gerhard Berger da Ferrari, Galvão Bueno falou sobre a superioridade da equipe do alemão, e como o brasileiro se esforçava para igualar as condições. “Toda a *Rascasse* e mais o S de entrada da reta dos boxes, é a diferença de Schumacher para Berger. Por aí calcule o que o Senna tinha de habilidade, para trazer a Williams junto ou na frente da Benetton de Michael Schumacher” (BUENO, 1994). A Williams naquela corrida tinha apenas um piloto, Damon Hill, pois como foi pontuado no ar, “em uma justa homenagem ao nosso grande Ayrton Senna, Frank Williams determinou apenas um carro na pista, o carro de Damon Hill” (idem, 1994). Mais uma vez aqui é possível notar uma adjetivação de “nosso grande” para Ayrton Senna, lembrando da importância e do peso do mesmo. Isso volta ao contexto já existente várias vezes nesta análise, de trazer o mito como identificado com a nação e agindo em prol de seu povo.

Galvão Bueno voltou a tratar do assunto com 1h29min de transmissão. Dessa vez ele lembrou que naquele começo de ano, sem Senna para extrair o máximo da Williams, a McLaren parecia a equipe mais próxima da Benetton de Schumacher. Novamente, mais um

termo de exaltação foi utilizado: “genialidade”. Aí, além da mitológica, também se vê a referência heroica – o indivíduo que se destaca pelos seus grandes feitos e atos, e no caso da fala em questão, eram estes que faziam a Williams brigar diretamente pelo campeonato.

A impressão que dá, numa análise fria, é que sem a genialidade de Ayrton Senna nos dois sentidos - de desenvolvimento do carro, de recuperar o problema de estrutura da Williams, e a sua genialidade de condução -, a McLaren parece ser realmente a única que pode se aproximar da Benetton. Dá essa pinta para essa temporada (idem, 1994).

Em um terceiro momento, os atributos de Senna na pista foram lembrados graças a uma estatística chamativa. Aquele GP, o primeiro sem o tricampeão, era realizado em Mônaco – curiosamente, pista onde ele é o maior vencedor com seis triunfos, tendo vencido as cinco edições anteriores consecutivamente. Logo ao fim da corrida, com 1h55min de transmissão, Galvão Bueno destaca a festa com as bandeiras realizada pelos fiscais de pista ao fim da prova. “E a festa das bandeiras, que nos últimos sete anos foi seis vezes realizada para comemorar uma vitória de Senna. Então no meio das bandeiras ali, aparece também uma bandeira do Brasil” (idem, 1994). No minuto seguinte, voltando do intervalo e já antes do pódio, Bueno (1994) diz que “essa corrida tem o recorde de vitórias de Ayrton Senna com seis vitórias, quando no último ano ele bateu o grande Graham Hill, que era o ‘Mister Mônaco’ e que por cinco vezes havia vencido por aqui”. Neste caso, a referência de destaque pelos seus feitos não se dá diretamente com um adjetivo a Senna, mas sim ao piloto que tinha o recorde anterior. A dedução do público é simples: se ele superou o número de vitórias em Mônaco de alguém que era chamado de “Mister Mônaco”, supõe-se que ele consegue ser ainda maior.



Figura 9: Faixa em homenagem a Senna, em Mônaco, exibida antes da largada. Fonte: GP de Mônaco 1994 (15/03/1994)

Um lado a parte da corrida se deveu aos brasileiros. Sem Senna e precisando de alguma forma minimizar as perdas de audiência pela sua perda, a transmissão naturalmente deu mais foco a Christian Fittipaldi e Rubens Barrichello, representantes do país na categoria e com bastante expectativa de futuro. Coincidentemente, naquele fim de semana Fittipaldi conquistou sua melhor posição de largada na temporada – sairia em sexto. “A terceira fila traz Jean Alesi e Christian Fittipaldi, que larga na sexta posição, a sua melhor posição de largada. Num ano que promete muito realmente para Christian Fittipaldi, que merece toda a sua torcida e todo o seu apoio” (idem, 1994). O reforço pela torcida aos brasileiros vem com pouco mais de 4min de transmissão, na hora da largada. Com os pilotos já alinhados, o narrador da Rede Globo “transforma” um bordão bastante utilizado para Senna. “E aquilo que o Brasil sempre disse, ‘Acelera Ayrton’, a gente grita com muita vontade: ‘Acelera Christian’ e ‘Acelera Rubinho’” (idem, 1994). Fittipaldi abandonou a corrida com problemas no câmbio, e Bueno (1994) destacou ao final: “a gente sabe que a grande homenagem que o Christian largando em sexto gostaria de prestar, seria realmente o pódio, e ele esteve muito próximo. Mas fez uma grande corrida o Christian Fittipaldi”. Ao citar a “homenagem”, é mais uma clara referência ao mito que não está mais presente, um ser transcendente que representa momentos históricos (MICHAELIS ONLINE, 2020).

O encerramento da transmissão trouxe uma singela homenagem ao tricampeão

mundial. Ao final da corrida e do pódio, Galvão Bueno fez uma pequena dedicatória a Ayrton.

Grande Prêmio de Mônaco que viveu dias difíceis realmente. A tristeza estampada no rosto de todos, o primeiro grande prêmio sem o tricampeão mundial Ayrton Senna. Mas por tudo que se viu aqui, por todas as homenagens prestadas, a lenda de Ayrton permanecerá viva para sempre na Fórmula 1. E Ayrton Senna da Silva, o nosso grande campeão, permanecerá de forma muito forte no coração de todos os brasileiros (idem, 1994).

No discurso carregado de emoção, Bueno faz uma referência final ao mito. Ao destacar que “a lenda de Ayrton” permanecerá viva na Fórmula 1 e nos corações dos brasileiros, ele evoca o ser que não existe mais, o protagonista que é praticamente alçado à condição de Deus, e que além de fazer história, representa simbolicamente a todos (MICHAELIS ONLINE, 2020). Mais uma vez o mito, mesmo não mais existente fisicamente, se relaciona com a sociedade e a forma como ela o lê – e neste caso, de forma bastante positiva – gerando uma identificação, uma ligação com as pessoas. (ROCHA, 2006). O destaque a Ayrton como “grande campeão” explicita a marca deixada pelo mito, o padrão de reconhecimento que este ser acaba deixando, o que segundo Eco, aumenta ainda mais em se tratando de um ser bastante midiático (RODRIGUES, 2016). Por fim, o lado heroico também se faz presente: ao se encerrar a transmissão com o lado positivo, é esquecido o lado negativo da frase inicial, e o potencialmente épico que deu errado vira o potencial trágico que deu certo – um, naturalmente, é responsável pelo outro (KOTHE, 1985).

5.2.4 GP da Austrália 1994 – “Missão cumprida”

Passada toda a temporada, a Fórmula 1 chegava para o encerramento do ano de 1994 no Grande Prêmio da Austrália, nas ruas de Adelaide, em 13 de novembro. Aquela corrida guardava a decisão do campeonato entre Michael Schumacher e Damon Hill – o alemão liderava a tabela, com apenas um ponto de vantagem para o inglês.

Mas a corrida marcava também o fim de um ano lembrado pela morte de Roland

Ratzenberger e Ayrton Senna. Quatro citações destacaram que uma das *chicanes*⁹ do circuito de Adelaide, a partir daquele ano, passou a se chamar chicane Ayrton Senna.

O ponto alto da corrida aconteceu na 35ª volta. Após um erro de Michael Schumacher, então líder, Damon Hill colou e foi ao ataque pela ponta da corrida e do campeonato. Schumacher não pensou duas vezes e atirou o carro em cima do rival, provocando um acidente. Os dois abandonaram e o alemão conquistou seu primeiro título.

Aos 58 minutos de transmissão, quando a câmera focou no rosto triste de Sir Frank Williams, chefe da equipe Williams, Galvão Bueno – sem citar Senna – deixou uma “mensagem” para Frank, lembrando o outro momento que a equipe viveu em 1994. “Aí o Frank Williams, num ano muito difícil. Ele perde o título no final com Damon Hill. É uma perda pequena, viu Frank? Em comparação a tudo que aconteceu nessa temporada de 94” (BUENO, 1994). É mais uma vez a referência ao mito que não está mais vivo, não está mais presente, mas é lembrado como um símbolo (ROCHA, 2006) – neste caso, um símbolo maior do que a própria disputa pelo campeonato, que monopolizava a atenção.

Como a corrida tinha 81 voltas programadas, ela continuou acontecendo mesmo com o título decidido. Com 1h09min de transmissão, o comentarista Reginaldo Leme destaca que o título de Schumacher quebrava uma hegemonia dos grandes nomes dos anos 1980 e 1990. “E tá aí o primeiro campeão de uma nova geração de pilotos. Essa geração que veio em seguida aos anos de dominação total de Piquet, Prost, Senna e por último Mansell [...]. Esses quatro ganharam os últimos 11 campeonatos mundiais” (LEME, 1994).

Novamente é evocado o homem-época de Hook (1962), que com seus lapsos de genialidade e adaptações às situações, marcou época e deixou um legado, uma marca histórica que segue viva. Na situação descrita, vemos que não só Senna é lembrado como um homem-época, mas também Nelson Piquet, Alain Prost e Nigel Mansell.

Curiosamente, Mansell estava naquela corrida – ele deixou a F1 após o título em 1992, mas fez algumas corridas pela Williams em 1994. E é justamente com o carro #2 de Senna, no GP da Austrália (onde Senna venceu pela última vez na vida, em 1993), que Mansell vence a sua primeira corrida pós-retorno. O fato é destacado duas vezes por Galvão

⁹ Curva construída com o objetivo de reduzir a velocidade dos carros, sempre se caracterizando por uma curva à esquerda, seguida por uma à direita ou vice-versa (LIMA E SÁ, 2015).

Bueno. Em uma delas, o narrador diz:

Aí essa coincidência no Grande Prêmio da Austrália, última vitória da fantástica e inesquecível carreira de Ayrton Senna. A vitória da Williams de número 2, de um dos maiores rivais que Senna teve na pista. O “Leão” Nigel Mansell de volta à Fórmula 1 vencendo com o carro de Ayrton Senna (BUENO, 1994).

Já com o pódio realizado, o comentarista Reginaldo Leme faz uma análise da corrida e da temporada. A perda de Senna fez com que o Brasil parasse de vencer corridas na F1, o que naturalmente diminuiu o interesse do público. Por isso, em seu comentário, Leme destaca positivamente o quarto lugar de Rubens Barrichello e o oitavo de Christian Fittipaldi. Ele lembra que, pelo fato de os dois estarem em equipes consideradas medianas e não poderem naquele momento assumir o posto do herói vencedor que Senna tinha, “o torcedor brasileiro tem que aprender a aplaudir também esse tipo de resultado. A gente sabe que esse é o máximo, até muito mais do que um piloto pode fazer” (LEME, 1994).



Figura 10: Nigel Mansell comemora a vitória com a Williams que era de Senna, na mesma pista onde o brasileiro venceu pela última vez. Fonte: GP Austrália 1994 (13/11/1994)

Ao final da transmissão, com pouco mais de 2h no ar, Galvão Bueno decidiu repetir o que fez no GP de Mônaco e deixou uma mensagem carregada de simbolismo. Aquela era a última corrida de uma temporada marcada pela perda de seu grande amigo, e o narrador da Rede Globo, sem citar o nome do piloto, exaltou suas qualidades e externou a saudade em um tom quase que filosófico.

A Fórmula 1 se despede e encerra a sua temporada. Uma temporada para nós doída, sofrida, marcada por uma perda imensa. Mais uma vez é madrugada no Brasil no final da Fórmula 1, mas esta será uma madrugada diferente. A página que hoje se vira, a capa que hoje se fecha, encerra uma história com princípio, meio e fim. Uma história de amor, de dedicação, de entrega total. A história de uma vida. Mais que isso, uma lição de vida. Sem dúvida, uma missão cumprida (BUENO, 1994).

O discurso é uma clara referência ao mito. Senna em momento algum é citado na mensagem, mas por conta dos fatos que aconteceram, fica clara a intenção. Além disso, o grande destaque a seus atributos, além de ressaltar mais uma vez o homem-época, constrói o mito com suas sensações. São estas qualidades que ficam no imaginário do espectador – e ainda mais neste caso, com o encerramento de uma temporada, deixando tais fatos como última imagem. O mito resiste a tudo, e a partir deste encerramento, ele deixa de construir sua imagem de mito como piloto, e passa a ter uma nova, transcendendo os níveis de relação com seu público (ROCHA, 2006).

Importante lembrar que, por não estar presente na corrida, Ayrton Senna não aparece em imagens na transmissão – apenas é citado em texto.

5.2.5 Síntese

Nestas análises das quatro corridas em questão, foram utilizados os conceitos já citados da análise da materialidade por Coutinho (2016). A partir destes cinco elementos – texto, imagem, som, tempo e edição –foi feita a categorização do que seria utilizado na pesquisa.

O primeiro destaque vai para a imagem, o principal diferencial do audiovisual. A imagem, ainda mais no contexto de uma transmissão ao vivo, traz um registro quase que fiel das ações que acontecem naquele instante (LOZIOS in BAUER; GASKELL, 2003). Além disso, com os aspectos trazidos do cinema como os *closes* ou aberturas, ajuda a formar significados importantes para passar ideias e entender algumas situações (ROSE in BAUER; GASKELL, 2003), como é o caso de Ayrton Senna.

A partir do conceito da imagem, também podem ser aplicados o tempo e a edição, já que as imagens mostradas e o tempo em que elas aparecem se relacionam diretamente com

estes pontos. O tempo refere-se à duração de imagens na tela, enquanto a edição não é necessariamente feita previamente, mas também ao vivo, com cortes nas imagens, por exemplo. Ela entra de forma mais forte no GP do Brasil, visto que a Rede Globo, por estar mostrando a corrida da casa, faz um pré-corrida mais longo e que tem reportagens mais específicas, enquanto nas outras corridas decide iniciar a transmissão bem próximo ao horário da largada.

Senna só aparece de forma direta nas imagens de duas das quatro corridas. No GP do Brasil, abertura da temporada, ele tem pouco mais de 37min dedicados em imagens, em uma transmissão de 2h12min – seja com foco exclusivo ou em alguma situação geral em que ele aparece, como na largada ou em ultrapassagens. Com isso, 28% do total das imagens da corrida tem a presença dele – lembrando que Ayrton abandonou faltando menos de 20 voltas para o fim, o que o impediu de aparecer mais vezes. Já no fatídico GP de San Marino, das 2h27min de transmissão, ele aparece por 30min. Destes, 21min são apenas do acidente fatal, contando da batida até todo o atendimento. Depois disso, na transmissão da Rede Globo, ele aparece ainda nos *replays* que são exibidos da batida a pedido do público.

Nos GPs de Mônaco e da Austrália, Senna não está mais presente. Em Mônaco, apenas 17 segundos são destinados a ele na transmissão em imagens, quando aparece uma faixa com uma mensagem dedicada ao piloto logo na abertura da transmissão. Já no GP da Austrália, não há nenhuma imagem dedicada especificamente. Mas é por meio da imagem da celebração de Nigel Mansell, um dos grandes rivais de Senna que comemorava a vitória no carro que iniciou a temporada com o brasileiro e na pista em que o tricampeão venceu pela última vez, que a transmissão remete a ele.

No quesito som, normalmente se utiliza o áudio ambiente padronizado para a transmissão em todo mundo, com os sons de pista, equipamentos, etc. Mas a narração também pode se caracterizar como parte do som, e por isso também é abrangida. Enquanto na primeira corrida, o GP do Brasil, nota-se uma narração muito mais empolgada, com tom elevado e cheio de expectativa, nas outras corridas isso muda radicalmente. Em San Marino, os relatos assumem tons de muita seriedade e preocupação com o estado de saúde do brasileiro e a espera por notícias, alternando com um elemento chamativo: o silêncio maior que o normal em alguns momentos, retratando bem o clima de tristeza. Em Mônaco e na

Austrália, o tom mais uma vez é menor e mais breve. Isso se destaca de forma especial na primeira, por ser a corrida seguinte à fatalidade e ainda envolver toda uma aura de luto. Na segunda, já tendo se passado seis meses e com uma decisão de campeonato a acontecer, a transmissão ganha uma elevação de tom na narração, mas que retorna ao anterior no final – quando se lembra da morte de Ayrton no encerramento da temporada.

Em se tratando do texto, Ayrton Senna é bastante citado. No GP do Brasil, por toda a empolgação pela corrida “em casa” e pela chance real de vitória, ele é citado nominalmente por 308 vezes. Já no GP de San Marino, o da morte, ele é citado em 106 oportunidades. Sem Ayrton, o piloto brasileiro é citado 23 e 13 vezes nos GPs de Mônaco e da Austrália, respectivamente. Somando-se as quatro corridas, são 450 citações em quatro corridas. Considerando que a média seria de pouco mais de 112 citações por corrida e que ele está presente apenas em duas delas, pode-se dizer que o número de citações é bastante elevado – e este “excesso” também é uma forma de manter viva a imagem do piloto. No GP de Mônaco especificamente, aproveitando-se de um bom desempenho do Brasil com Christian Fittipaldi, a transmissão faz ostensivas citações aos outros brasileiros do grid: Fittipaldi foi citado 169 vezes, e Rubens Barrichello 50. É uma clara tentativa de tentar preencher uma “lacuna” deixada pelo tricampeão para um público acostumado com as vitórias.

Importante lembrar que muitas destas citações são acompanhadas de adjetivos e quaisquer outros termos que evidenciam a imagem construída do piloto brasileiro, como já descrito nesta análise. Tais termos ajudam a reforçar o imaginário de Ayrton Senna, e são visivelmente mais fortes após a sua morte – a manutenção deste imaginário é importantíssima sem a presença do piloto, e ainda mais com circunstâncias tão complicadas como as que envolveram sua partida.

Tabela 3: termos utilizados nas transmissões em questão que destacam Ayrton Senna

GP do Brasil	“ídolo maior”; “nosso”; “especial”
GP de San Marino	“leva a esperança”; “história de campeão”; “com quem é bom, com quem tem bons princípios, com quem tem boa formação”; “meu campeão”; “batalha”; “luta”; “bravo”
GP de Mônaco	“nosso grande tricampeão”; “habilidade”; “nosso grande”;

	“genialidade”; “seu grande campeão”; “maior de todos os tempos”; “tricampeão mundial”; “lenda”; “nosso grande campeão”
GP da Austrália	“fantástica e inesquecível carreira”; “perda imensa”; “história com princípio, meio e fim”; “dedicação, amor, entrega total”; “lição de vida”; “missão cumprida”

Fonte: elaboração própria

As menções ao piloto como herói, mito e ídolo se confundem em todas as corridas. Mas, em cada uma delas, é possível ver um dos tópicos mais destacados.

No GP do Brasil, com Senna na pista e na pole-position correndo em casa, a expectativa era altíssima. Por isso, as referências maiores abraçam o conceito do ídolo, aquele que atinge sempre o sucesso, que é identificado com o seu público, o exemplo de importância, que atrai todas as atenções e supera os problemas com base apenas em suas qualidades. Até mesmo no começo da transmissão, tal termo é utilizado de forma explícita, quando a narração lembra que “o público continua incentivando aí seu ídolo maior, Ayrton Senna, esperando mais uma vitória no Grande Prêmio do Brasil” (BUENO et al., 1994). Todos esperavam a vitória do ídolo para celebrar mais um sucesso, o que acabou não acontecendo.

No GP de San Marino, o do acidente fatal, podemos ver uma aproximação ao lado do herói. Como o acidente aconteceu na sétima volta e a corrida seguiu até o fim, a grande maioria da transmissão foi feita com Senna sendo encaminhado ao hospital e recebendo os primeiros atendimentos, enquanto o público esperava por notícias. Importante lembrar também que, por conta das características de tecnologia da época, a transmissão de informações não era tão simples como nos dias atuais e a espera era ainda maior. Por isso, o tom heroico acaba sendo mais forte: o do homem-época que irá superar todas as dificuldades com sua força, que possui grandes feitos em sua vida e conseguirá até driblar a morte por ser tão grande, e que depois de tantas batalhas com vitórias, crava a mais importante de todas com a expectativa de um desfecho semelhante. Além disso, destacam-se muito as referências a Deus: o ser mitológico, divino, onde Senna se apega pois, mesmo sendo um herói, encara uma situação na qual não depende apenas de si. No caso, a transmissão se apega junto aos médicos e à intervenção divina para acreditar na salvação: “a nossa corrida continua junto

com Ayrton Senna, lá no *Hospital Maggiore di Bologna*” (BUENO, 1994). Os pedidos acabam sendo em vão e Senna falece horas depois.

Já nos GPs de Mônaco e da Austrália, sem Senna, o lado mitológico prevalece. O piloto é bastante lembrado como um ser cheio de talentos e virtudes, que não está mais entre nós, mas que mantém o seu legado vivo e deixa uma marca. Ele é quase tratado como alguém que transcende a simples existência, e ainda está ali presente. Como disse Bueno (1994) em Mônaco: “Mas por tudo que se viu aqui, por todas as homenagens prestadas, a lenda de Ayrton permanecerá viva para sempre na Fórmula 1. E Ayrton Senna da Silva, o nosso grande campeão, permanecerá de forma muito forte no coração de todos os brasileiros”. É o protagonista que não está mais entre seu povo, mas ainda o representa e, no caso de Senna, é ainda mais reconhecido por ser midiático. Já no GP australiano, encerramento da temporada da F1 marcada pela morte do tricampeão, ao relemburar tal fato e citá-lo dizendo que “a página que hoje se vira, a capa que hoje se fecha, encerra uma história com princípio, meio e fim. Uma história de amor, de dedicação, de entrega total. A história de uma vida. Mais que isso, uma lição de vida. Sem dúvida, uma missão cumprida” (BUENO, 1994), a transmissão evoca as qualidades e marcas do piloto, que mesmo sem a sua presença, continuarão vivas para seu público e todos aqueles que o seguem. É mais uma vez o homem-época, aquele que não tem uma importância apenas em determinado momento específico, mas que por meio de suas atitudes e pela forma como é visto, acaba marcando toda uma geração.

Diante disso tudo, podemos dizer que os objetivos da pesquisa foram cumpridos. O acidente fatal de Ayrton Senna teve impactos significativos nas transmissões – não apenas quando ele aconteceu, mas também nas que vieram depois. Por meio da força da mídia televisiva, em especial da Rede Globo, as mensagens passadas ajudavam a construir uma relação forte do público com sua referência, mesmo com ele não estando mais presente em vida. E os elementos que se referem a ele, em especial se tratando de determinados termos, reforçam a imagem que já era construída e vão variando de acordo com cada predominância entre herói, mito e ídolo – antes, durante e depois da morte.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ayrton Senna é inegavelmente um dos maiores nomes recentes da sociedade brasileira, e não apenas no esporte. Basta ver as reações da população em São Paulo no dia de seu enterro, em 5 de maio de 1994: ruas lotadas, cortejo no carro do Corpo de Bombeiros, caixão visitado por milhares de pessoas na Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo, salva de tiros de canhão, etc. Já é difícil imaginar um chefe de estado que mereça tais honras que cabem a si, quanto mais um esportista – e mais ainda sendo um piloto de Fórmula 1.

Seus três títulos mundiais, 41 vitórias, grandes corridas, a bandeira do Brasil em mãos a cada vitória e outros momentos inesquecíveis sem dúvidas marcaram uma geração. Pouco mais de 25 anos depois da sua morte, ele ainda é o último brasileiro campeão mundial na F1, e seu nome é cantado de forma muito viva por quem o acompanhou. Dentro da pista, ele entra tranquilamente em qualquer debate sobre os maiores pilotos de todos os tempos. Para completar, seu sucesso coincidiu com um momento de muita dificuldade no Brasil: problemas políticos, economia esfacelada e inflação galopante, somando-se a sucessivos fracassos do futebol, esporte que normalmente toma o imaginário da população. Diante de tudo, impossível imaginar que Senna não se tornasse tão marcante.

Mas também é fato que a mídia, em especial a Rede Globo, ajudou a elevar esta imagem. A construção de um ídolo, de uma inspiração para a sociedade, é normalmente interessante para a mídia. Ainda mais no caso do esporte, em que o ídolo atrai público e torcida, e conseqüentemente, audiência. A televisão tem condições de moldar opiniões, influenciar em processos sociais e políticos dos mais variados pesos e ser uma formadora não só de ideias, mas de comportamentos. Ser tratado pela TV, em especial pelas grandes corporações, como um ser humano marcante e histórico, faz com que a sua imagem esteja quase sempre cravada como tal.

A forma como Senna era abordado em transmissões, reportagens e demais materiais teve um grande peso na imagem do brasileiro – ainda mais se pensarmos que o tamanho da televisão era muito maior nos anos 1980 e 1990. Obviamente, a boa relação que ele tinha com a imprensa também pesava positivamente, em especial com a Rede Globo. Não por acaso, por exemplo, ele era amigo pessoal do narrador Galvão Bueno, e a emissora quase

acertou com o piloto um contrato de patrocínio de grandes cifras para 1993. A cobertura ostensiva e quase sempre positiva foi um marco durante toda a sua carreira, e não é coincidência que a lacuna de brasileiros campeões coincida com a perda de prestígio e audiência do esporte – afinal, para o brasileiro, por que assistir a um esporte se não tem nenhum brasileiro, ou pior ainda, se o Brasil parou de vencer?

Tudo isso é o que esta pesquisa mostra ao seu final. A temporada de 1994 viveu um baque gigantesco e extremamente inesperado com as mortes dele e de Roland Ratzenberger na véspera. A Fórmula 1 obviamente foi quem mais teve dificuldade para contornar tal situação, mas a transmissão nacional também se viu em complicações. O que fazer agora sem o grande ídolo? Como atrair audiência diante de uma perda tão imensa?

Por isso, tantas evocações ao piloto e suas características, como descrito no trabalho. Se no começo da temporada o clima era de alegria, expectativa e esperança por um tetracampeonato, no fim o tom era de saudade e exaltação aos seus feitos. Senna não precisava da morte para continuar sendo tratado como um mito, um ídolo, um herói (três conceitos que, aliás, se confundem muito), mas a sua partida tão precoce e em uma situação tão excepcional, sendo o principal nome da categoria e ao vivo televisionado para todo o mundo, o elevou a uma condição de ser que praticamente transcende a existência, deixando seu legado de forma eterna.

Diante de tudo que foi analisado, podemos dizer sim que os objetivos iniciais da pesquisa foram atingidos. Até porque de forma clara, as transmissões fizeram questão de ressaltar tudo o que ele fez, todos os grandes feitos e como, a partir de 1º de maio de 1994, seu nome ficaria eternamente gravado. Não é por acaso que termos como “lenda”, “nosso grande campeão” e “maior de todos os tempos” são utilizados nestas quatro corridas analisadas.

Este trabalho contribui para a pesquisa acadêmica principalmente por se tratar de algo novo. Normalmente, como citado na introdução, vemos muitos trabalhos tratando da abordagem da imprensa como um todo a Ayrton Senna, e que focam bastante em jornais, revistas ou programas de TV. Porém, não foi encontrado previamente nenhum trabalho falando das transmissões em si. Estudá-las é bastante importante, pois em qualquer publicação periódica ou programa televisivo, há algum tempo (mesmo que mínimo) de

preparo, produção e idealização de determinadas pautas ou termos que podem ser utilizados. Na transmissão de uma corrida ao vivo, a narração e as imagens vão se adaptando aos fatos cujos quais ninguém sabe quais serão. Ou seja: é um movimento muito mais espontâneo, pensado de forma imediata. Daí podemos medir também o tamanho do piloto.

E também é importante lembrar que tal trabalho pode gerar desdobramentos de pesquisa futuros. Até porque, se tal imagem durante toda a temporada de 1994 foi reforçada, como ela foi construída durante a carreira? Como os feitos de Senna fizeram com que a mídia impulsionasse esse movimento? Como se deram as transmissões de algumas das principais corridas da carreira do brasileiro? É certo que tal situação ganhou outros níveis em 1994 por óbvios motivos. Mas também podemos dizer sem dúvida alguma que ela já se estendeu de anos e fatos anteriores. Até porque não há como construir tanta idolatria do dia para a noite. E estudar um nome como Ayrton Senna para o Brasil é muito mais que estudar um piloto de Fórmula 1: é um fenômeno social.

É difícil saber se a Fórmula 1 terá um piloto brasileiro do tamanho de Senna. São outros tempos, outra forma de se consumir o esporte, e o futuro é imprevisível. Mas inegavelmente, chegar a tal nível será muito difícil. Ayrton Senna esteve, durante grande parte de sua carreira, em outro patamar. E isso se deveu a várias questões: seu próprio talento, carisma, comportamento, situação do país e, claro, influência da mídia, especialmente da Rede Globo. O esporte precisa dos heróis, e a mídia ajuda diretamente a construí-los.

7 BIBLIOGRAFIA

ACESSO À INTERNET e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2017. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua, IBGE, 2018. Acesso em 12 fev. 2020, às 12h08. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf>.

ANDRADE, Vinícius. **Por R\$ 1,8 bilhão, Globo renova com patrocinadores para jogos de futebol em 2020.** Notícias da TV, UOL, out. 2019. Acesso em 13 jan. 2020, às 00h57. Disponível em <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/por-18-bilhao-globo-renova-com-patrocinadores-para-jogos-de-futebol-em-2020-30433>>.

ARBEX JR, José. **Showrnlismo: a notícia como espetáculo.** 3. ed., São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Almedina, 2011.

BETTI, Mauro. **A janela de vidro: esporte, televisão e educação física.** Dissertação de doutorado: Faculdade de Educação, Unicamp, 1997. Acesso em 7 ago. 2019, às 23h50. Disponível em <http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/EDUCACAO_FISICA/teses/Betti_Tese.pdf>.

BETTI, Mauro. **Esporte na mídia ou esporte da mídia?.** Santa Catarina: Motrivivência, UFSC, 2001.

BRITTOS, Valério Cruz & BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia.** 2. ed., São Paulo: Paulus, 2005.

BUENO, Galvão; CABRINI, Roberto; LEME, Reginaldo. **F1 1994 - E03 - San Marino**

(Globo). “Fórmula 1 – Corridas Clássicas”, Facebook. Acesso em 6 mar. 2020, às 12h47. Disponível em <<https://bit.ly/2Tv8xOg>>.

BUENO, Galvão; LEME, Reginaldo. **F1 1994 - E04 - Mônaco (Globo)**. “Fórmula 1 – Corridas Clássicas”, Facebook. Acesso em 6 mar. 2020, às 12h49. Disponível em <<https://bit.ly/2Tv8xOg>>.

BUENO, Galvão; LEME; Reginaldo. **F1 1994 - E16 - Austrália (Globo)**. “Fórmula 1 – Corridas Clássicas”, Facebook. Acesso em 6 mar. 2020, às 12h49. Disponível em <<https://bit.ly/2Tv8xOg>>.

BUENO, Galvão et al. **GP DO BRASIL 1994 – E01**. Canal “F1 Play Não Oficial”, YouTube. Acesso em 6 mar. 2020, às 12h34. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=VE989vu6l0U&t>>.

BUENO, Galvão et al. **GRANDE PRÊMIO do Brasil de F1 - 1994 Parte 01 de 04**. Canal “alxqueiroz”, YouTube. Acesso em 6 mar. 2020, às 12h30. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=qNSG82CSG68>>.

BUENO, Galvão et al. **GRANDE PRÊMIO do Brasil de F1 - 1994 Parte 02 de 04**. Canal “alxqueiroz”, YouTube. Acesso em 6 mar. 2020, às 12h30. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=AfZTBpthUqI&t>>.

BUENO, Galvão et al. **GRANDE PRÊMIO do Brasil de F1 - 1994 Parte 03 de 04**. Canal “alxqueiroz”, YouTube. Acesso em 6 mar. 2020, às 12h30. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=GFIKO6M9NYo>>.

BUENO, Galvão et al. **GRANDE PRÊMIO do Brasil de F1 - 1994 Parte 04 de 04**. Canal “alxqueiroz”, YouTube. Acesso em 6 mar. 2020, às 12h30. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=ml1MjSP0eRk&t>>.

CÂMARA, Rosana Hoffmann. **Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações**. Revista Interinstitucional de Psicologia, 6. ed., Minas Gerais: p. 179-193, jul-dez 2013.

CAMPBELL, Joseph. **A jornada do herói: Joseph Campbell, vida e obra**. São Paulo: Ágora, 2003.

CARROS BATEM na largada – Folha de S. Paulo, mai. 1994. Acesso em 01 mar. 2020, às 22h49. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/5/02/caderno_especial/27.html>.

CARVALHO, Rafaela Christine Roberta de. **A IMPRENSA COMO PARTE CONSTITUINTE DA HISTÓRIA: o Jornalismo na construção da imagem de Ayrton Senna**. Trabalho de Conclusão de Curso, UFJF, 2014. Acesso em 10 jun. 2019, às 15h44. Disponível em <<http://www.ufjf.br/facom/files/2014/03/MONOGRAFIA-RAFAELA.pdf>>.

CATALDO, Graziella. **Ayrton Senna: A construção da narrativa da história do piloto como ídolo do automobilismo mundial**. In.: Revista Contemporânea, UFRJ, 2003. Acesso em 8 dez. 2019, às 00h21. Disponível em <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/21244>>.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. 4. ed., São Paulo: Editora Contexto, 2017.

COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível**. UFJF. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom São Paulo, 05-09 set. 2016.

CURTY, Gabriel. **Ímola/94: o mais trágico dos fins de semana, as mortes de Senna e Ratzenberger e a história que mudou a F1**. Grande Prêmio, abr. 2019. Acesso em 01 mar. 2020, às 22h46. Disponível em <<https://www.grandepremio.com.br/fl/noticias/imola/94-o-mais-tragico-dos-fins-de-semana-as-mortes-de-senna-e-ratzenberger-e-a-historia-que-mudou-a-fl>>.

DO COUTO, Renan. **Na Garagem: Senna dá ‘boas vindas’ a Prost chamando francês de covarde**. Grande Prêmio, mar. 2016. Acesso em 23 jul. 2019, às 09h55. Disponível em <<https://www.grandepremio.com.br/fl/noticias/na-garagem-senna-da-boas-vindas-a-prost-chamando-frances-de-covarde>>.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, p. 280-304, 2005.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

F1 COMEMORA aumento de audiência na TV; Brasil lidera em alcance. Motorsport.com, jan. 2019. Acesso em 15 jun. 2019, às 13h59. Disponível em <<https://motorsport.uol.com.br/fl/news/fl-comemora-crescimento-de-audiencia-na-tv-brasil-lidera-em-alcance/4326143/>>.

FÓRMULA 1 – EVENTOS E COBERTURAS. Memória Globo, 2019. Acesso em 7 ago. 2019, às 23h58. Disponível em <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/esporte/eventos-e-coberturas/formula-1/historia.htm>>.

GIL, Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed., São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002.

GLOBO CELEBRA alcance de mais de 100 milhões de pessoas por dia - Rede Globo, out. 2019. Acesso em 10 jun. 2019, às 15h37. Disponível em <<https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/globo-celebra-alcance-de-mais-de-100-milhoes-de-pessoas-por-dia.ghtml>>.

GLOBO TEM maior audiência – Folha de S. Paulo, jul. 1994. Acesso em 15 jun. 2019, às 13h30. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/7/24/tv_folha/3.html>.

GP DA ESPANHA tem menor audiência de 94 - Folha de S. Paulo, mai. 1994. Acesso em 10 jun. 2019, às 15h40. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/5/31/esporte/34.html>>.

GP DE DETROIT 1986: Senna exibe bandeira do Brasil pela 1ª vez na F-1. O Estado de S. Paulo, nov. 2015. Acesso em 7 ago. 2019, às 22h23. Disponível em <<https://esportes.estadao.com.br/noticias/geral,detroit-1986-senna-exibe-bandeira-do-brasil-pela-1a-vez,1799361>>.

HELAL, Ronaldo; CABO, Álvaro do; MARQUES, Ronaldo Galvão. **Idolatria nos Jogos Pan-Americanos de 2007: uma análise do jornalismo esportivo.** In.: Revista Contemporânea, UFRJ, 2009. Acesso em 8 dez. 2019, às 00h21. Disponível em <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_13/contemporanea_n13_03_helal.pdf>.

HOOK, Sidney. **O Herói na História.** 3. ed., Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1962.

IBOPE DA F-1 despenca sem Senna. Jornal do Brasil, jun. 1994. Acesso em 8 ago. 2019, às 00h04. Disponível em <<https://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/mostraregistro.asp?CodRegistro=25250&PageNo=1>>.

INSTITUTO AYRTON SENNA – Nossa história. Instituto Ayrton Senna, mar. 2020. Acesso em 7 mar. 2020, às 00h57. Disponível em <<https://institutoayrtonsenna.org.br/pt->

br/instituto.html#historia>.

INTERNATIONAL (AKA WORLD) FEED - FOM Watch, 2018. Acesso em 7 ago. 2019, às 23h57. Disponível em <<http://www.fomwatch.co.uk/broadcast/official-tv-feeds/world-feed/>>.

KOTHE, Flávio René. **O Herói**. 1. ed., São Paulo: Ática, 1985.

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. **A TV sob controle: a resposta da sociedade ao poder da televisão**. São Paulo: Summus, 2006. Acesso em 7 ago. 2019, às 23h41. Disponível em <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=3SAkAgnT9XEC&oi=fnd&pg=PA9&dq=televis%C3%A3o+na+sociedade+brasileira&ots=1_uvb93B35&sig=gTK_LF_AdALQ0c0HjY25xyhNUGU#v=onepage&q=televis%C3%A3o%20na%20sociedade%20brasileira&f=false>.

LIMA E SÁ, Nara de. **Pequeno Dicionário de Gírias e Expressões Automobilísticas**. Autódromo de Interlagos, dez. 2015. Acesso em 9 mar. 2020, às 20h12. Disponível em <<http://www.autodromodeinterlagos.com.br/wp1/dicionario/>>.

LORDELLO, Vinícius. **Por que Ayrton Senna continua sendo nosso grande ídolo?** – Esporte Executivo - Exame, fev. 2017. Acesso em 10 jun. 2019, às 15h38. Disponível em <<https://exame.abril.com.br/blog/esporte-executivo/por-que-ayrton-senna-continua-sendo-nosso-grande-idolo/>>.

LOZIOS, Peter. **Vídeo, filme e fotografias como documentos de pesquisa**. In BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som – Um manual prático. 2. ed., Petrópolis/RJ: Vozes, 2003.

MARCHI JÚNIOR, Wanderley. **O processo de ressignificação do vôlei a partir da inserção da televisão no campo esportivo**. Revista Brasileira de Ciências do Esporte,

Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte, vol. 26, Curitiba, p. 149-162, 2005. Acesso em 7 ago. 2019, às 23h53. Disponível em <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=401338509011>>.

MARUM, Pedro Henrique. **Há 30 anos, Senna conquistava primeira vitória na F1 no mesmo dia da morte de Tancredo Neves**. Grande Prêmio, abr. 2015. Acesso em 23 jun. 2019, à 01h50. Disponível em <<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/ha-30-anos-senna-conquistava-primeira-vitoria-na-f1-no-mesmo-dia-da-morte-de-tancredo-neves>>.

MATTOS, Sérgio. **Um perfil da TV Brasileira**. Salvador: A Tarde S/A, 1990. Acesso em 7 ago. 2019, às 22h35. Disponível em <<http://www.andi.org.br/sites/default/files/legislacao/02.%20Um%20perfil%20da%20TV%20brasileira.%2040%20anos%20de%20hist%C3%B3ria.pdf>>.

MENDONÇA, Gabriela. **Por que a Record não consegue alcançar a Globo?**. Gente – IG, jun. 2018. Acesso em 7 ago. 2019, às 23h36. Disponível em <<https://gente.ig.com.br/tvenovela/2018-06-05/record-globo-disputa.html>>.

MICHAELIS ONLINE – **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. Editoria Melhoramentos, 2020. Acesso em 10 fev. 2020, às 10h14. Disponível em <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/>>.

MORTE DE SENNA provocou mudanças na segurança da F1. Terra, abr. 2014. Acesso em 9 mar. 2020, às 21h21. Disponível em <<https://www.terra.com.br/esportes/automobilismo/formula1/morte-de-senna-provocou-mudancas-na-seguranca-da-f1,59e6081f5f3b5410VgnCLD200000b0bf46d0RCRD.html>>.

MUSSA, Felipe de Sá. **Construção do ídolo esportivo na mídia**. Trabalho de conclusão de de curso (Graduação em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo), Escola de Comunicação, UFRJ, 2010. Acesso em 8 dez. 2019, às 00h22. Disponível em

<<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/2639/3/FSMussa.pdf>>.

OLIVEIRA, Hulda Gomides; COUTO, Elza Kioko Nakayama Nenoki do. **Construção, desconstrução e reconstrução do ídolo: discurso, imaginário e mídia**. Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Letras, UFG, 2011. Acesso em 8 dez. 2019, às 00h25. Disponível em <<http://www.sbpcnet.org.br/livro/63ra/conpeex/mestrado/trabalhos-mestrado/mestrado-hulda-gomides.pdf>>.

PEREIRA, Mauro Cezar. **Morto há 25 anos, Senna "goleia" Neymar em pesquisa que mede popularidade**. Blog do Mauro Cezar, UOL, mai. 2019. Acesso em 7 ago. 2019, às 22h19. Disponível em <<https://blogdomaurocezar.blogosfera.uol.com.br/2019/05/01/morto-ha-25-anos-senna-goleia-neymar-em-pesquisa-que-mede-popularidade/>>.

RODRIGUES, Ernesto Carneiro. **Ayrton: o herói revelado**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.

RAMOS, José Mario Ortiz. **Cinema, televisão e publicidade: cultura popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980**. 2. ed., São Paulo: Annablume, 2004. Acesso em 7 ago. 2019, às 23h34. Disponível em <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=b60xxCCNT7YC&oi=fnd&pg=PA9&dq=televis%C3%A3o+no+brasil&ots=sOr3ySy3Nu&sig=R97Ru484l8Pm3pUl8aaYziHTJCg&redir_esc=y#v=onepage&q=televis%C3%A3o%20no%20brasil&f=false>.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. **O que é mito**. São Paulo: Brasiliense, 2006. Acesso em 22 ago. 2019, às 00h42. Disponível em <<https://bit.ly/2MvC6xc>>.

RODRIGUES, Eli Vagner Francisco. **Batman x Superman: uma lição de Umberto Eco sobre os mitos contemporâneos**. Revista Unespciência, Unesp, ed. 77, São Paulo: ago. 2016.

ROSE, Diana. **Análise de imagens em movimento**. In BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som – Um manual prático. 2. ed., Petrópolis/RJ: Vozes, 2003.

RUBIO, Kátia. **O atleta e o mito do herói: o imaginário esportivo contemporâneo**. 1. ed., São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.

SABINO, Fred. **Há 25 anos, Ayrton Senna era erguido pelo povo após vencer em Interlagos**. Globoesporte.com, mar. 2018. Acesso em 8 ago. 2019, à 00h00. Disponível em <<https://globoesporte.globo.com/motor/formula-1/blogs/fl-memoria/post/2018/03/28/otd-2-ha-25-anos-senna-era-erguido-pelo-povo-apos-vencer-em-interlagos.ghtml>>.

SABINO, Fred. **O que aconteceu após o acidente de Senna? Como foi o ignorado GP de San Marino de 1994**. Globoesporte.com, mai. 2019. Acesso em 2 mar. 2020, à 01h11. Disponível em <<https://globoesporte.globo.com/motor/formula-1/blogs/fl-memoria/post/2019/05/01/o-que-aconteceu-apos-acidente-de-senna-saiba-como-foi-o-ignorado-gp-de-san-marino-de-1994.ghtml>>.

SAMPAIO, Nadja. In: DIEGUEZ, Gilda Korff et al. **Esporte e Poder**. Petrópolis/RJ: Vozes, 1985.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed., São Paulo: Cortez Editora, 2007.

SEYTON, Ricardo; TRIGO, Micaela. **‘Quando vi o rosto de Senna, fiquei gelado’**. Folha de S. Paulo, mai. 1994. Acesso em 7 ago. 2019, às 22h17. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/5/04/esporte/13.html>>.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil**. 7. ed., Petrópolis/RJ: Vozes, 2001.

SOUZA, Fábio de Castro. **Ayrton Senna: o mito das pistas**. Trabalho de Conclusão de Curso, UFJF, 2008. Acesso em 10 jun. 2019, às 15h45. Disponível em <<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/FabioCastro.pdf><http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/FabioCastro.pdf>>.

STAUDT, Mariana. **Construção de um ídolo no esporte**. Obvious, nov. 2015. Acesso em 8 dez. 2019, à 00h23. Disponível em <http://obviousmag.org/mar_de_cores/2015/11/construcao-de-um-idolo-no-esporte.html>.

TV É O meio preferido de 63% dos brasileiros para se informar, e internet de 26%, diz pesquisa - G1, jan. 2017. Acesso em 10 jun. 2019, às 15h36. Disponível em <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>>.

URQUIZA, Marconi de Albuquerque; MARQUES, Denilson Bezerra. **Análise de conteúdo em termos de Bardin aplicada à comunicação corporativa sob o signo de uma abordagem teórico-empírica**. Revista Entretextos, v. 16, Londrina: Universidade Estadual de Londrina, p. 115-144, jan-jun 2016.

VAQUER, Gabriel. **Globo renova com cinco patrocinadores para F1 em 2020 e já fatura quase R\$ 500 milhões**. Observatório da Televisão, UOL, nov. 2019. Acesso em 13 jan. 2019, à 00h58. Disponível em <<https://observatoriodatv.bol.uol.com.br/noticias/2019/11/globo-renova-com-cinco-patrocinadores-para-f1-em-2020-e-ja-fatura-quase-r-500-milhoes>>.

VAQUER, Gabriel. **Temporada 2019 da Fórmula 1 marca melhor audiência em oito anos para a Globo**. Observatório da Televisão, UOL, dez. 2019. Acesso em 13 jan. 2019, à 00h02. Disponível em <<https://observatoriodatv.bol.uol.com.br/audiencia-da-tv/2019/12/temporada-2019-da-formula-1-da-melhor-audiencia-em-oito-anos-para-a>>.

[globo-veja-dados](#)>.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. 1. ed, São Paulo: Boitempo, 2016.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. Vol. 52, São Paulo: Ática, Série Temas, 1996.