UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

RÁDIO, TV E INTERNET

VICTOR DE MOURA E SILVA

ACELERA, AYRTON: O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NA INCORPORAÇÃO E MANUTENÇÃO DO HERÓI NACIONAL

RECIFE

2023

VICTOR DE MOURA E SILVA

ACELERA, AYRTON: O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NA INCORPORAÇÃO E MANUTENÇÃO DO HERÓI NACIONAL

Monografia apresentada ao Curso de Rádio, Tv e Internet da Universidade Federal de Pernambuco como requisito para obtenção do título de bacharel em Comunicação.

Orientador: Prof. Drº. Rogério Covaleski

RECIFE

2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Silva, Victor de Moura e .
Acelera, Ayrton: o papel da comunicação na incorporação e manutenção do herói nacional / Victor de Moura e Silva. - Recife, 2023.
115 p. : il., tab.

Orientador(a): Rogério Luiz Covaleski
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Radio, TV e Internet - Bacharelado, 2023.

1. Ayrton Senna;. 2. comunicação social;. 3. herói nacional;. 4. Fórmula 1;. 5. redes sociais; . I. Covaleski, Rogério Luiz. (Orientação). II. Título.

070 CDD (22.ed.)

Para meu pai herói, Carlos Alberto (*In memoriam*). Todas as memórias com o senhor me trazem o verdadeiro significado do amor.

E para todos aqueles que olham para o céu e desejam ser heróis.

AGRADECIMENTOS

Ainda sei qual foi a primeira linha escrita desta monografia. Ainda sei como foi a sensação deliciosa e, ao mesmo tempo, aterrorizante de estar começando uma aventura para a jornada final, confesso, no entanto, que deve ter sido mais fácil terminá-la do que chegar até Mordor, ou atravessar os confins de Edom. “Nenhum homem é uma ilha”, assim dizia o poeta John Donne, portanto, eu gostaria de agradecer a quem esteve ao meu lado durante todo meu percurso acadêmico.

Primeiramente a Deus, por sempre cumprir as Suas Promessas.

Agradeço também à Nossa Senhora de Aparecida. Eu sei o que ela fez.

À minha querida mamãe, Fátima, que em todos os momentos da minha vida segurou a minha mão, sem me deixar cair, guiando-me e incentivando-me a construir o meu próprio caminho. Ela é a prova viva que o amor materno é a coisa mais próxima do divino. Ao meu querido papai, Carlos Alberto (*In Memoriam*) que não se encontra mais neste plano, mas que em vida foi o melhor modelo de homem pelo qual me inspiro e, por ele, juro que irei mais longe. Espero ansiosamente nosso reencontro no tempo e no espaço, onde nos será permitido viver e continuar a nossa história. À minha irmã, Victoria, minha primeira admiração e meu orgulho. (Te amo, Totóia, s2). Tudo o que vivemos juntos em família ilumina e vai continuar a me iluminar por onde eu for.

A todos os meus familiares (tios, tias, primos e primas), pela torcida de sempre, em especial ao meu tio Carlinhos, cuja presença, amizade e conselhos foram verdadeiras válvulas de escape quando mais precisei. Obrigado por poder sempre contar com o senhor.

Aos amigos que colecionei antes, durante e depois da graduação. Cada um deles sempre terão um espaço em meu coração. Aos meus talentosos “radioamigos”: Beatriz Guglielmelli, Bruna Pereira, Luana Freitas e Will Teixeira. À Erlen Joana, grande amiga e parceira leal das fofocas, obrigado pela torcida e o apoio de sempre, aguardo ansiosamente o dia em que a grandeza lhe será imposta, você vai muito longe! Agradeço também à primeira - e talvez a única - “boyband” que o Departamento de Rádio, Tv e Internet já teve: meus queridos Pedro Granja, Vinícius Sotero, Lucas Dantas e Heron Ferreira (esse daí pulou fora do barco há um tempo, porém serei eternamente grato pela amizade, companheirismo e camaradagem).

Conforme prometido, deixo aqui meus agradecimentos à Jackeline Martins, Lenira Mello, Alice Breuel e Amélia Freitas, maravilhosas amigas que fiz lá dos tempos da

graduação do bacharelado em Geografia, lá em 2017, quando eu ainda estava completamente perdido por qual caminho seguir. Obrigado por torcerem por mim e pelas energias positivas emanadas, que com certeza foram fundamentais para que meu ingresso no curso de Rádio, Tv e Internet.

Como eu poderia finalizar esta fase sem agradecer a eles? Ao maravilhoso grupo dos "Exaustos": Allex Demourier, Juliana Amorim, Gabrielle Neves e Lucas Dantas (o único a ser citado duas vezes), amigos talentosos, já “cansados da vida” e da rotina exaustiva da UFPE, mas que encontramos, em cada um, o pouco da força para continuar até o final. A vitória de vocês é a minha. Ao querido Lucas Bravado, pela amizade, apoio, por aguentar meus desabafos e por deixar o WhatsApp sempre disponível para qualquer assunto aleatório. Também agradeço à querida Xainã França, colega de trabalho, parceira das voltas para casa, e das exaustivas viagens entre os CDU/Boa Viagem/Caxangá ou o PE-15.

Enquanto estava finalizando esta monografia, ainda em março, recebi uma notícia que muito me abalou. Uma amiga - que esteve ao meu lado durante um momento muito difícil na minha vida - fez “a viagem”. Agradeço à memória de Juliana Pierre Pedrosa, formada em Letras pela UFPE em 2021, por ter me abraçado e sempre ter torcido por mim, mesmo de longe. Saudações e adeus. Jamais me esquecerei de você. Obrigado por tanto. Sigo acreditando, conforme a autora Elizabeth Jhin disse uma vez que: “nosso corpo é só uma casa onde a alma habita, e a morte é o último voo de nossa alma, que parte por não caber mais nessa casa, como se quisesse começar uma nova história, um novo livro.”

Ao mestre, com carinho: a Rogério Covaleski, meu orientador, por prontamente ter abraçado esta empreitada. Sou imensamente grato pela atenção, sabedoria, contribuição, paciência, empatia, acolhimento e, principalmente, por ter me colocado nos trilhos certos. Ainda bato na tecla que não haveria orientador melhor no DCOM para mentorear esta pesquisa. Também deixo meu agradecimento aos professores de Rádio, Tv e Internet pela disposição em formar e ensinar os futuros - e melhores - profissionais em comunicação. Também deixo registrado meus cumprimentos a Marcio Remígio, secretário de RTVI e que com certeza vai se sentir aliviado por não receber mais meus e-mails e responder as minhas 1.500 dúvidas (dei trabalho, hein, bicho?)

Agradeço aos que foram, estão e virão nesta grande vereda chamada vida. Dirijo-me, agora no que ainda não me foi encontrada, mas que aguardo ansiosamente. Saiba que antes mesmo de te conhecer, eu já estava com *você*. E se um dia, de fato, for verdadeiramente *você*, mostrarei-lhe essas palavras e saberá das minhas mais sinceras intenções, afinal, *nous sommes deux livres d'un même ouvrage*, não somos?

“For a true hero isn't measured by the size of his strength, but by the strength of his heart.”

(Walt Disney Pictures, Hercules)

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo depreender a construção da figura heróica do piloto de Fórmula 1 Ayrton Senna da Silva durante a década de 1980 e 1990 pelos processos da comunicação social (lê-se a publicidade, o marketing e até mesmo os veículos de difusão de informação) que um dia influenciaram e elevaram esta figura, primeiro como atleta, depois como representante ilustre de uma nação, reconhecido pelos seus valores o suficiente para transportá-lo além do esporte e torná-lo como herói nacional e, por fim, que vão ser potencializados pela tragédia em Ímola, que terminou em transformá-lo em mártir. Além disso, serão investigadas as estratégias transmídias advindas da estimulação de sua imagem/referência na contemporaneidade 28 anos depois, verificando sua presença e sobrevivência na incorporação na memória coletiva, identificando os agentes que contribuem para uma cristalização desta imagem em uma nova conjuntura cultural. Para isso, será proposto uma análise sobre a importância da atuação das redes sociais neste resgate, assim como as plataformas digitais que intervém como verdadeiras ferramentas de compartilhamento, interação e de manutenção dessa imagem, permutando-se entre o saudosismo dos fãs e a conexão de novos indivíduos, os "herdeiros" dessa prática de cultuação, e que continuarão a ser os expoentes do piloto.

Palavras-chaves: Ayrton Senna; comunicação social; herói nacional; Fórmula 1; redes sociais; memória.

ABSTRACT

This project aims to infer the creation of the Formula 1 driver Ayrton Senna's heroic figure during the 1980's and 1990's by the former social communication processes (such as publicity, marketing, and even the vehicles of information diffusion) that once influenced and ascended this figure, first as an athlete, then as an illustrious national representant, becoming known by his values that transcended sport and made him a national hero and, in the end, would be potentialized for by Imola's tragedy, that ended up transforming him into a martyr. Furthermore, this paper aims to investigate transmedia strategies from stimulation of his contemporary image/reference 28 years after his death, checking on his presence and surviving in the incorporated collective memory, identifying the agents that contribute for this image crystallization in a new cultural conjecture. In order to do so, an analysis about the importance of the role of social networks that act in as a rescue will be proposed, as well as digitals platforms who intervenes as real sharing, interaction and perpetuation tools, exchanging from the nostalgia of the fans to the connection of new individuals - the "heirs" of this worship practice, and that will remain the driver's exponent.

Keywords: Ayrton Senna; social communication; national hero; Formula 1; social networking; memory.

LISTA DE FIGURAS

Figuras 1, 2, 3 e 4: Ayrton Senna e sua imagem publicitária 56

Figuras 5, 6 , 7 e 8: Sexta, sábado e domingo: as reações de Senna 64

Figuras 9, 10, 11 e 12: Para as crianças, o ídolo será para sempre a imagem da vida 72

Figura 13: Página e publicações da conta oficial do fã-clube do Ayrton Senna 81

Figura 14: A publicação causa saudosismo entre os fãs 82

Figura 15: "Simply the Best", o ídolo também tinha outros ídolos 82

Figura 16: Página e publicações da conta oficial da persona Ayrton Senna 83

Figura 17: Divulgação do evento de aniversário de Ayrton Senna 84

Figura 18: A página oficial presta tributo ao aniversário de 68 anos do eterno rival, Alain Prost 85

Figura 19: Senna também esteve presente no carnaval de 2023 86

Figura 20: Página e publicações da conta oficial do Instituto Ayrton Senna 87

Figura 21: Os ideais de Senna também continuam no Instagram 87

Figura 22: A presença do herói no Instituto que leva o seu nome 88

Figura 23: Comentários dos internautas sobre a vida e carreira de Ayrton Senna 95

Figura 24: Viagem sensorial: saudade daquilo que não viveu 96

Figura 25: Opinião dos internautas sobre os dois maiores pilotos do Brasil 97

Figura 26: "O momento mais belo da F1" 97

Figura 27: O termo pesquisado "Ayrton Senna" no Google Trends 99

Figura 28: O termo pesquisado "A morte de Senna" no Google Trends 100

Figura 29: Ayrton Senna e Nelson Piquet 100

Figura 30: Ayrton Senna e Michael Schumacher 101

Figura 31: Ayrton Senna e Alain Prost (Google Trends Brasil) 101

Figura 32: Ayrton Senna e Alain Prost (Google Trends França) 102

Figura 33: Ayrton Senna e Lewis Hamilton 102

Figura 34: Ayrton Senna e Max Verstappen 103

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1: Observação dos principais perfis dedicados à figura de Ayrton Senna na rede social Instagram 89
Quadro 2: Mapeamento de canais do YouTube com conteúdos dedicados a Ayrton Senna 92

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....13
2. O HERÓI NACIONAL.....17
2.1 Uma breve definição do conceito "herói".....18
2.2 A brasilidade como expoente de heróis e mitos nacionais.....20
2.3 A extensão do mito no esporte: Conceitos iniciais sobre os atletas e a Fórmula 1.....22
2.4 Ayrton Senna do Brasil.....26
3. O HERÓI ASCENDENTE: A CARREIRA DE AYRTON SENNA.....28
3.1 Primeiros anos.....28
3.2 O senhor da Fórmula 1.....32
3.3 "Um campeão de olho na história": A parceria com a McLaren.....35
3.4 Os dois últimos anos.....40
4. DOIS BRASILEIROS NA BUSCA PELO RECONHECIMENTO: A RELAÇÃO MIDIÁTICA DE AYRTON SENNA E NELSON PIQUET.....43
4.1 A busca da imprensa brasileira por um herói nacional.....43
4.2 A abordagem da imprensa esportiva: Os tricampeonatos em 1987 e 1991.....48
5. A COMUNICAÇÃO SOCIAL E O MARKETING DE PATROCÍNIO: A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM E MARCA "AYRTON SENNA".....53
5.1 A semeadura da imagem de Ayrton Senna através da publicidade.....55
5.2 A marca "Senna".....57
5.3 A manutenção da "marca" e "produto" Ayrton Senna.....59
6. ÓRFÃOS DE UMA NAÇÃO: A IMAGEM PERDIDA DO ÚLTIMO HERÓI.....61
6.1 Revendo a morte de Ayrton Senna.....63
6.2 A morte de Ayrton Senna no viés da imprensa.....67
6.3 - Processo do luto, traumas e a imortalização do herói.....73
7. O HERÓI RESSURGENTE: A INTERNET COMO "LUGAR DE MEMÓRIA".....76
7.1 28 anos depois… a presença de Ayrton Senna na "era digital".....78
7.1.1 O fã-clube oficial de Senna.....80
7.1.2 A página oficial de Senna.....83
7.1.3 A página oficial do Instituto Ayrton Senna.....86
7.1.4 Mapeamento dos principais perfis dedicados à preservação/continuidade da imagem de Ayrton Senna.....88
7.2.1 Análise de comentários.....94
7.3 Google Trends: análise das repercussões do nome "Ayrton Senna" nas ferramentas de buscas.....97
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....104
REFERÊNCIAS.....107

1. INTRODUÇÃO

Há um mundo novo surgindo. Adentrando na segunda década do século XXI, estamos testemunhando avanços significativos no adensamento das inovações tecnológicas, como a área da informática, das ciências, da engenharia genética, e muitas outras. O fato é que cada indivíduo, atrelado ao seu próprio tempo de assimilação, está vivenciando uma travessia induzida pela velocidade de inúmeras modificações que passam pelo mundo que nenhuma outra geração anterior vivenciou antes. Apesar da rapidez em que tudo é transformado, as relações humanas e seus conflitos ainda mantêm, internamente, a mesma forma pelo qual todos são constituídos. Este é, aliás, o pano de fundo desta monografia: traçar um painel entre essas relações e seus comportamentos frente às transformações da sociedade.

No âmago dessas interconexões, existe um panorama igualmente imutável, bastante comum em todas as civilizações: as histórias subjetivas, transmitidas e continuadas com o passar dos anos, que passam a ter um caráter mais do que o banal entretenimento. Não importa a variação, elas sempre delimitam e adaptam-se aos meios e as formas que na qual são conduzidas, na verdade "a sua função tem um forte caráter de engendramento social, onde os homens e suas subjetividades são colocados no centro de toda historicidade tornando-o sujeito criador-criatura de suas práticas sociais" (SHIKIDA; MOURA, 2007, s/p). E parte dessa "criação" se manifesta na modelagem de personagens para viverem essas histórias: o herói e, junto a ele, o nascimento do mito.

A alegoria do herói está impregnada de expectativas e significações, como a audácia, coragem e abnegação, isso, no entanto, não significa que estas representações estejam limitadas apenas na literatura ou na oralidade. Os arquétipos heróicos atravessam as barreiras da imaginação e assentam-se em representações nas mais diferentes eras. Dos clássicos cavaleiros medievais - que encaravam batalhas mortais - aos contemporâneos, ligados às causas comuns. Faz-se importante registrar que toda figura atribuída como heróica, contribui (ou já contribuiu) positivamente na sociedade que no qual está (ou foi) inserido, superando adversidades e tornando-se exemplo de resistência em prol da sua identidade e a de seu povo, conforme Valle e Telles (2007, p. 6) destacam: "o herói nacional é a personagem da história de um povo que lutou em prol de seus cidadãos e praticou atos de auto sacrifício pelo seu país e trabalhou em um grande feito no campo de batalha, ou ainda numa força de trabalho."

Assim sendo, posto que a composição do herói nacional pode ser considerada concernente ao herói mitológico, seu propósito adquire um caráter defensivo, pois a procura por um objeto representante "faz com que estes sejam capazes de expressar, de uma maneira

mais eficaz do que as elaboradas ideologias, os interesses, aspirações e medos nacionais[1]". Se por um lado a oralidade era a responsável pela garantia da perpetuação da figura do mito, por outro será acrescentada e remodelada a fim de se aproximar ainda mais dos ideais do próprio tecido social, aliás, este papel agora está sendo muito bem dividido graças aos veículos da comunicação em massa.

É inegável que a mídia possui uma série de inflexões prontas que exaltam ou descendem uma situação e isso podemos acompanhar em apresentações, sobretudo aquelas envolventes e representativas do país, destacando sua história de vida, alguns méritos próprios e como foi parar até ali. Por causa do que é propagado, isso tudo vai influenciar diretamente um reconhecimento pessoal, estando intrinsecamente relacionado com um comportamento estimado. A espetacularização dos veículos de massa - que está sempre presente no esporte, por exemplo, pode moldar um atleta profissional até o ponto do mesmo alcançar um certo status de personalidade pública e, a depender do desempenho e a depender do esporte onde está inserido, a referência ganha virtudes de ídolo/herói e seguidores fiéis, que hão de o acompanhar aonde for. Existem diversos profissionais do esporte que compram essa narrativa e ajudam a edificar esse rótulo, ora por vaidade, ora por interdependência.

Passam-se os anos, e a constituição de uma figura mitológica e praticamente incólume ainda está presente em nossa contemporaneidade. Se por um lado, antes as histórias e idealizações eram feitas a partir de transmissão de informações entre indivíduos, hoje, a própria hodiernidade midiática incorporou essa função a partir da observação da vivência de artistas modernos, como cantores, atletas e outras figuras públicas. Barthes (1980, p. 132) ratifica a ideia que a mídia é um dos suportes para ser entregue a mensagem em torno de um mito: "Pode, portanto, não ser oral; pode ser formada por escritas, por representação. O discurso escrito, assim como a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, o espetáculo, a publicidade, tudo isso pode servir de suporte para a fala mítica." Ou seja, podemos perceber que quanto mais essas narrativas forem corporificadas e unidas em novas narrativas, mais homogênea determinada figura tende a se apresentar (ou a se manter) para o público, tornando-se difícil de se desfazer o que uma vez foi criado. Isso significa que muitas figuras ainda fazem-se presentes no imaginário como resultado desse tipo de exploração massiva da imagem, inserida, portanto, em um contexto que a torna circular, isto é: sempre pronta para ser usada.

---

[1] Conforme José Marulho Carvalho (2003) propõe, investigar a nossa nação é encontrar elementos similares, pois são deles que são ornamentados a memória do passado que ficará presente no futuro. Para ler o texto completo, disponível em: https://artepensamento.ims.com.br/item/nacao-imaginaria-memoria-mitos-e-herois/. Acesso em: 05 nov. 2022

Não à toa, o imaginário popular em torno da figura do piloto Ayrton Senna é alimentado até hoje graças às contínuas expansões de sua narrativa e existem diversos fatores que sustentam o rótulo de "herói": documentários, reportagens especiais, homenagens, entrevistas, seu próprio desempenho na Fórmula 1 preservado e disponibilizado por plataformas de disseminação da informação e, é claro, sua presença nas redes sociais, auxiliando diretamente na sua inserção e marca sua existência também no âmbito digital.

Apresento, então, os principais questionamentos que vão nortear o sentido deste trabalho: Quais seriam os agentes que uma vez alimentaram o surgimento, o desenvolvimento e, por fim, solidificaram o mito? E quais são/foram estes artifícios para a conservação deste "legado" ao longos dos anos a ponto de despertar interesse nas novas gerações? O estudo proposto é pertinente, mesmo que se trate de uma figura que faleceu há 28 anos e que continua admiravelmente presente, seja nas menções aos grandes astros esportivos brasileiros, seja no coração de quem ainda resgata a memória e propala, sempre que pode, seu piloto favorito com auxílio das inúmeras páginas de homenagens dedicadas a ele espalhadas pelas redes sociais.

Objetivamente, devo adiantar que este estudo não terá um viés de criticar o processo (ou os processos) que levam à heroificação ou a escolha de personagens midiáticos a ostentar tal título, mas sim de realçar os aspectos expositivos que tornam este espectro tão forte. Para a segmentação da pesquisa, como parte da metodologia estratégica (que inclui uma vasta coleta de dados bibliográficos e documental), é importante realizar uma análise qualitativa sobre o conceito histórico do herói clássico, a participação da identidade nacional emergente, a cultura esportiva e a eleição de atletas constituindo o capítulo 1. Para justificarmos o que trouxemos, o capítulo 2 propõem uma análise de toda trajetória automobilística de Ayrton Senna, começando pelo kart, ainda na adolescência, e terminando em seu último ano de Fórmula 1, em um período amostral de 17 anos, destacando e resumindo os principais feitos e os valores registrados especialmente pela imprensa.

O capítulo 4 funcionará como uma investigação correspondente a como os veículos midiatizados conceberam uma imagem inatingível de Senna e compará-lo diretamente com outro piloto brasileiro da época: Nelson Piquet. Complementando a discussão, o capítulo 5 pretende examinar o comportamento do piloto na publicidade e do marketing (tanto aliando sua imagem pessoal quanto a profissional), elementos irrevogáveis que estariam sobre à sua sombra por onde quer que fosse. As observações dos capítulos 6 irão explorar o processo da perda de uma figura pública, o processo de heroificação quase canônica dada pela mídia e inflada pela comoção nacional em torno de seu trágico acidente, em maio de 1994. Por fim, o

capítulo 7 será dedicado em uma extensa pesquisa sobre como a imagem do ídolo, cultuado ao longo do tempo, ressurge e sobrevive em uma configuração midiática e digital, estreitando-se sobre as abstrações da memória afetiva individual que apresenta-se, na realidade, tão comum a ponto de ser uma mesma memória compartilhada/coletiva, e de como essas ações não permitem o desligamento do herói neste plano, garantindo um espaço para um culto só seu, onde será um ponto de encontro não apenas das velhas gerações que vivenciaram emoções antigas e nostálgicas, como também um ambiente propício para inclinação de novos "membros" no compartilhamento dessas memórias asseguradas em uma formulação de fácil acesso e protegida pela ação do tempo. Serão eles que irão retomar o cultivo para o estiramento de novas e resistentes raízes. Após a exposição destes fatos, encaminharemos, portanto, as nossas considerações finais acerca de todas as formulações que foram levantadas neste trabalho acadêmico.

2. O HERÓI NACIONAL

Ao longo da história do mundo, em qualquer época ou hiato, surgem indivíduos comuns que contribuem essencialmente na constituição de convicções idealistas em alguns segmentos que fazem com que os olhos do mundo moderno voltem para este ponto. De repente, um país consideravelmente "irrelevante" passa a ser reconhecido globalmente pelos feitos de um (ou vários) sujeitos que inspiram e vão ter a sua contribuição reconhecida, incentivada, absorvida e difundida por outras culturas. Aliás, será por causa desta ou de muitas contribuições, que figuras "banais" corporificam o sentimentalismo coletivo do orgulho nacional. Kothe (2000, p. 55) compreende que "um grande personagem nunca é patrimônio exclusivo de uma nação. Assim que ele alcança um nível artístico, passa a fazer parte do progresso de toda a humanidade." Não importa se a área de atuação em questão vem da ciência, medicina, literatura ou das artes. Cada país tem um personagem escolhido para ostentar a denominação de "herói nacional", seja no contexto histórico ou atual.

Esse é um começo de uma discussão antiga, porém, atual. Valle e Telles (2009, p. 01) nos lembram que em certos períodos históricos, a abordagem teocentrista da Europa Medieval, por exemplo, obnubilava qualquer movimentação que sugerisse a utilização da figura do homem como centro ou justificativa por feitos, sejam eles admiráveis ou não. Lembremos que, na época, a grandeza vinha de Deus. Em contrapartida, no "século das luzes", os conceitos filosóficos iluministas avançam para um novo ponto: o antropocentrismo. O homem como centro de tudo e sua razão um modelo admirável em ações. De qualquer forma, o conceito de heroísmo que visamos nortear esta pesquisa acadêmica "democratizou-se" a partir do século XX e nos traz a percepção de que todos podem ser heróis (VALLE; TELLES, 2009, p. 04).

Portanto, o presente capítulo buscará edificar brevemente ao leitor os significados e as condições que são aplicadas ao sujeito comum - que não nasceu herói, mas transformou-se, foi atribuído em um. Este tipo de conexão reflete-se em indagações pertinentes: quais são as características que determinados sujeitos possuem a ponto de se destacar em relação a outros ordinários? E o que existe, dentro dessa pluralidade de características essenciais, que conquistam e estimulam uma admiração de multidões? Ora, por mais que "ídolos" tenham ou não uma essência única, precisamos afirmar que todos começam com uma perspectiva narrativa em comum, tal qual as histórias fictícias. São construídas não só apenas por aqueles que sabem como contar as histórias, mas também por aqueles que sabem o poder delas no imaginário de um povo.

2.1 Uma breve definição do conceito “herói”

Para começar, procuremos definir a essência característica da palavra “herói”. Consultando o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa (2004) encontramos o termo definido como um ser extraordinário pelas suas qualidades guerreiras, notável por suas realizações ou bravura, valor ou magnanimidade. Tais atributos são retratados por um uma centralização estrutural de conjuntura, estrutura e de escolhas repetidas em momentos diferentes da história do mundo, onde os preceitos ligados à figura heróica, apesar de naturalmente modificados, compartilham em níveis variados os mesmos predicados da excepcionalidade. Por anos, esses predicados tão presente somente nas mitologias e histórias criadas para tentar explicar acontecimentos assombrosos, lidera um fascínio sobre a narrativa oral, que passa a agregar mais valor no instante em que é continuamente recontada pela oralidade, esquecendo-se, no entanto, que as condições subjetivas e instintivas fazem parte da constituição do homem.

Teóricos tentam explicar ao longo do tempo o que está por trás dessas particularidades que fogem do cercado da oralidade e passam a ser enxergadas em situações ativas e receptivas. Em seus estudos sobre os processos da criação do herói, Campbell (2010, p.29) em *O Herói de Mil Faces*, observa que essa construção do heroísmo está intrinsecamente ligada às necessidades da própria sociedade de sua época e, portanto, irão transformar essas **“**imagens” em intenções mútuas, que estão inseridas sob “tendências individualistas”. O autor também cita que quando uma pessoa “se torna modelo para a vida dos outros, a pessoa se move para uma esfera tal que se torna passível de ser mitologizada.”

Quando este “fascínio”, antes narrado pela história, é flagrado acontecendo na realidade (ou pelo menos tentam justificar que de certo é um herói transportado para o mundo real) em torno de um indivíduo que realiza feitos que vão além do comum mortal, observamos que há, inicialmente o espanto e depois a veneração. Inconscientemente, as situações vão sendo moldadas e aqueles predicados intrínsecos às histórias, passam a ser fundidos na figura que acreditam sustentar virtudes para tal. Da mesma forma que acontece na oralidade, o herói encontrando-se vivendo na mesma época, passa a ter uma importância quase divina, principalmente por estar ligado a uma evocação tangível. Isso pode ser explicado porque

> A distância entre deuses e heróis, ainda que não seja grande, faz com que o homem se coloque mais próximo do herói, talvez por sua genealogia semi-humana, do que dos deuses, esses sim ilustres e inatingíveis. Isso porque esses personagens são

> representações simbólicas da psique total, entidade que supre o ego da força que lhe falta. (RUBIO, 2017, p. 126)

A condicionalidade da figuração heróica pode também ser vista como um sistema de troca de favores. Um sujeito que ganha naturalmente um amplo espaço sociológico, consegue levar uma mensagem de um lugar para o outro em nome de uma maioria, passa, então, a falar e ser como o seu povo, levando um pedaço da cultura inconscientemente para outros territórios a fim de ser vista. A recompensa lhe é reservada pelo contato da glorificação e o reconhecimento enérgico desta conduta, pois, no fundo, todos queriam ter a mesma oportunidade ou classe do herói escolhido. Assim sendo, para Muller (1987, p. 6, 7) “o herói nos fascina tanto porque pura e simplesmente ele personifica o desejo e a figura ideal do ser humano. Ele defende a nossa causa e por isso nos identificamos com ele", representando a coragem para viver a vida como ela é ou invés de fugir, sendo completamente fiel aos seus quereres, desejos, vontades e concepção de valores.

Dentro deste contexto, se o herói realmente estiver conectado com uma “missão de vida”, isto é, uma pretensão maior do que a si próprio, a ele será concedido a uma jornada já pré-existente e comedido para aqueles que estejam dispostos a aceitar a responsabilidade de esgueirar-se pelo caminho desconhecido à sua frente. Todos esses arquétipos fazem parte de um conjunto ideológico e disfarçado para aplicar-se aos homens e as mulheres que, incondicionalmente em nome do percurso tortuoso, ultrapassam os limites instituídos socialmente, diferenciados daqueles que, por alguma adversidade, decidem ignorar o caminho à sua frente. Para dar continuidade ao caminho representativo que na qual escolheu, o herói deve ter uma plena consciência crítica da realidade onde está inserido, isto é, tendo consciência do que se acomete tanto no mundo exterior como no próprio mundo interior (MULLER, 1987, p. 25)

De modo geral, os “escolhidos” para viverem essa existência estruturada em preceitos que dialogam com o distanciamento do trivial, passam a sofrer uma metamorfose sem perceberem, deixando-os com particularidades pelos quais correspondem ao “ser” estimado das narrativas lendárias. A essa natureza, Fraga (2012) explica como a nova imagem será revelada.

> O processo de heroificação toma assim uma figura e dela retira ou minimiza os defeitos e aspectos negativos, ressaltando em sua trajetória de vida a aquisição de uma quantidade de qualidades e valores coletivos. Isso, à custa de muitos sacrifícios, e produzindo como resultado um ser praticamente perfeito e ideal, justamente por ter deixado as imperfeições para trás para expor apenas virtudes, materializadas em sua imagem, em seu corpo simbólico. (FRAGA, p. 61)

Desta forma, partindo do pressuposto que a figura do herói nasce a partir da transmutação das histórias mitológicas e são, às vezes intermediadas pela necessidade e identificação, reorganizadas na figura humana, sendo esta um reflexo inconsciente das ações que todos poderiam ter acesso, mas poucos, de fato, destacam-se no âmbito, analisaremos na próxima seção como os atributos que formam o herói estão também transplantadas ao ideal de uma nação.

2.2 A brasilidade como expoente de heróis e mitos nacionais

Os progressos sociais levam a percepção de um povo como os próprios defensores da sua cultura e ética, ignorando influências exteriores e construindo sistemas de diferenciação, uma identidade coletiva presente, como se fosse uma estrutura de "DNA", intrínseco nas camadas mais internas que começam a ser exteriorizar pela legitimação de histórias e conflitos superados e vivenciados pelos antepassados no território, passando a conter uma personalidade e até certa presença simbólica a ser referenciada, servindo como modelos positivos das condições da subjetividade histórica, ganhando ares épicos (como as mitologias), conforme suas trajetórias forem reproduzidas. Kothe (2000, p. 55) explica que "há personagens da história de um povo que personificam a "alma" desse povo segundo a ideologia que num certo momento seja a dominante."

Durante os cincos séculos de formação econômica e territorial e dois de independência como nação, o Brasil colecionou alguns representantes dentre mitos e heróis que alçaram a idealização do país como uma identidade compartilhada, cada qual respeitando o respectivo contexto social e atribuído à inevitabilidade de sua época. Campbell (2010, p. 15) ainda acentua que "em todas as épocas e sob todas as circunstâncias, os mitos humanos têm florescido; da mesma forma, esses mitos têm sido a viva inspiração de todos os demais produtos possíveis das atividades do corpo e da mente humanos", claramente uma referência que essas entidades sempre estiveram acopladas às discursivizações do âmbito social.

No entanto, ainda é preciso chamar atenção para que os ditos modelos "representativos" de um povo só foram sistematizados com o advento da necessidade de promover e definir na transição de governo (Brasil-Império para Brasil-República) a figura dos contribuintes envelopados como heróis, visando cada vez mais unificar o sentimentalismo do pertencimento da nação. De acordo com Carvalho (1990, apud SANTOS, 2013, p. 119), foi no encontro da escassez de algo que representasse o país emergente ao progresso que iniciou-se uma verdadeira busca por símbolos, como o resgate da imagética do ativista vítima da Inconfidência Mineira, Joaquim José da Silva Xavier, o Tiradentes, este

visto como a personificação da liberdade de uma nação (SANTOS, 2013, p. 117) e, relativamente recente, a heroificação de Tancredo Neves que transformou-o no conquistador que “derrotou a ditadura militar” instaurada no Brasil em 1964 (PÁDUA, 2017, p. 2).

Outro ponto que encontra-se absorvido na constituição da identidade brasileira, junto aos heróis e aos mitos, regressa a discussão sobre os caracteres identitários que formam uma nação, como o conceito transmutado nas noções de uma “brasilidade”, isto é, um conjunto de características singulares, comumente encontradas no “caráter” geral dos brasileiros e demarcam a unificação da idealização nacional. Fortalecendo esta condição, Silva (2012, p. 19) propõe que são “fatores históricos, físicos e psicológicos surgem como peças fundamentais na formação desta imagem.” Ainda sobre esse fundamento, Barreto (2012) discorre que

> A nação, dessa maneira, e, no caso brasileiro, a brasilidade como dispositivo do pertencimento nacional está erguida sobre dois pilares fundamentais: (a) a nação como objeto diário do uso comum – vida cotidiana, rotinas, trabalhos, festividades etc. – e (b) o pertencimento nacional como a narrativa que reforça, enquanto imaginário, os ordenamentos e classificações que produzem o dia-a-dia – símbolos, imaterialidade da experiência da brasilidade. (BARRETO, 2012, p. 18)

Aliado ao processo, existe também a notoriedade do orgulho de pertencer à pátria brasileira. Em um período de tempo ligeiramente menor, onde boa parte dos discursos nacionalistas passaram a se submeter aos valores de uma travessia cultural e ressignificada da brasilidade evolutiva, foi-se colecionando verdadeiros "patronos" que um dia representaram a proeza de terem corporificado a ideia do nacional através da expressividade da arte ou até mesmo os que trabalharam exteriorizando-a em si próprio. A exemplo de comparação, temos a imagética performática de Carmen Miranda, considerada por muitos como a primeira artista transmídia e globalizada do século XX, sendo ela uma metáfora perfeita para a definição tênue da brasilidade primária e que estava em correspondência com a idealização esculpida e conveniente para a época em questão.

Discorrendo, enfim, sobre a contínua necessidade de reestruturar-se novamente como pátria convergente e significativa a partir das modificações e modernizações políticas-sociais, as narrativas sobre a nacionalidade e o ufanismo passam a terem um novo formato, afastando-se parcialmente de ícones históricos para darem reverência ao surgimento de outros ícones mais próximos à sua realidade, como a inserção do esporte entre as décadas de 1960 e 1970, assinalando o pensamento de OLIVEIRA (2012, p. 171) que evidencia o período da ditadura militar como responsável direto para o estímulo do sentimento esportivo de massas no país, sendo propício para “produzir as condições para o esporte, em todas as suas

dimensões - da indústria ao espetáculo, da prática à contemplação esportiva - entrasse definitivamente na vida dos brasileiros.” logo, o encadeamento do reconhecimento e da identidade brasileira estaria também a acompanhar os atletas e aos eventos multiesportivos junto aos avanços da comunicação social - ampliando este cenário, que apesar de tangível, como palco de enredos extraordinários.

Considerando-se que a promulgação de heróis e mitos estão interligados por entre a concepção da identidade de um local e a personalidade cardeais dos indivíduos que compõem desta, iremos condensar a pesquisa partindo agora da perspectiva da exposição esportiva que vai procurar encaixar - aliado com as transformações dos meios de comunicação - o sentido alegórico do atleta em artifícios do herói clássico espetaculoso. Campbell (2010, p. 179) faz o alerta ao dizer que “esses símbolos são produções espontâneas da psique e cada um deles traz em si, intacto, o poder criador de sua fonte.", figurações essas que induzem uma relação conexa entre o espectador e as personagens, pois, “a partir do momento em que o público se identifica com o atleta, seja na semelhança, na admiração, no respeito e até mesmo na devoção.” (SILVA, 2012, s.p), a dependência mútua, conforme veremos no próximo item, tenderá a se estratificar.

2.3 A extensão do mito no esporte: Conceitos iniciais sobre os atletas e a Fórmula 1

A dimensão do esporte funciona quase como uma extensão encravada e advindas de alicerces mútuos da sociedade, e que, como tal, apresentam elementos metafóricos no que tange à dramatização, no reflexo comportamental e, a depender de como se manifesta, exibe-se como uma reafirmação articulada da totalidade e da construção social coletiva através de um discurso midiático. Peçanha (2008) começa reforçando que "as mídias, além de serem instrumentos de representação, são, ao mesmo tempo, dispositivos, espécies de nichos, onde a realidade se estrutura como referência.” ou seja: se é buscado um processo de intersecção entre o que é representativo/importante para uma manutenção do imaginário dentro do contexto do cotidiano e uma centralização sistemática do pertencimento difundido na transmissão de informação.

> O esporte é na atualidade um dos principais fenômenos sociais e uma das maiores instituições do planeta. Ele tem refletido a forma como a sociedade vem se organizando, espelhando as diferenças entre Estados, povos e classes sociais, além de se tornar um dos principais elementos da indústria cultural contemporânea,

> matéria prima dos meios de comunicação de massa e umas das poucas formas reconhecidamente honestas de rápida ascensão social. (RUBIO, 2021, p.144)

Este universo está enraizado graças a um aspecto agonístico, de luta e de superação, o que é fundamental para considerarmos o nascimento de "heróis", haja vista que é preciso partir de um lugar onde está para se aventurar, superar distâncias físicas e/ou morais, vencer e retornar para casa, pronto para receber honras, glórias e recompensas aos seus iguais (CAMPBELL, 1995:36, apud Helal, 1999). É neste cenário que o esporte torna-se o lugar ideal para o despertar de mitos e heróis significativos com a colaboração dos veículos de comunicação em massa, sendo os atletas, portanto, tão apreciados quanto o esporte por se estar presente em jornais, revistas e programas de televisão.

Quando estamos falando de esportes, as conjunturas tendem a intensificar os processos midiáticos à procura de narrativas que possam dialogar ou não com uma linguagem publicitária e que sejam fáceis de assimilar ao comum mortal, afinal, quanto mais “real” a realidade de um indivíduo ressoa no outro, mas fácil será para sua trajetória ser comprada. As trajetórias desses profissionais são apontadas como ideais e por vezes precisam ser reescritas aliados aos processos midiáticos, deixando apenas o que é relevante e o que pode ser facilmente ingerido: a genialidade, postura e a arte de se destacar através do improviso que impressiona, corroborando, desta maneira, para que se haja uma espécie de “retorno” por parte do espectador, que passa a enxergar um reconhecimento próprio, seja ligado à crenças, valores, moralidade, etc. que exemplificam-se, de forma praticamente subliminar na nova figura do desporto divulgado. Isso se evidencia também a partir do pensamento de Rubio, onde lembra que “os produtos da mídia emergem a partir de um elaborado processo de que envolve economia e cultura. O público é atraído por mensagens e valores que refletem as expectativas contemporâneas, porém não de maneira direta e objetiva, mas quase sempre metafórica.” (RUBIO, 2021, p.137), sobretudo pela constituição da relação entre sigmas nacionais e atletas, potencializado graças ao reforço de narrativas praticamente literárias em jornais ou em revistas.

A nossa seleção de futebol, por exemplo, é apontada como uma grande percussora de heróis representativos. Por mais que existam críticas dentro do âmbito esportivo, é inegável a participação dos brasileiros quando se trata de um amistoso ou uma competição mais acirrada e decisiva. Contudo, houve mais um esporte, dentre vários, que o brasileiro se permitiu sonhar: o mundo do automobilismo da Fórmula 1, modalidade iniciada com competições extremamente mais simples disputadas na Europa no início do século XX.

De acordo com o documentário “The Secret Life of Formula One”, começando uma dicotomia entre engenheiros italianos, franceses e britânicos, responsáveis por cristalizar a categoria na disputa que conhecemos (oficializando-se como campeonato somente em meados da década de 1950), mas logo estes países caíram sobre a hegemonia dominante alemã, que introduziram, aprofundaram, organizaram e refinaram, além de um profissionalismo exemplar, novas e tecnologias já existentes, inclinando-se à aplicação de conceitos da aerodinâmica e a mistura de combustíveis para projetarem o carro mais potente e competitivo durante o início da Segunda Guerra Mundial. Graças à contribuição da Alemanha, a Fórmula 1 é, antes e agora, o esporte mais avançado tecnologicamente falando do mundo, unindo não apenas um desenvolvimento único para as práticas automotivas, como também, trazendo em evidência uma união essencial do conhecimento da aerodinâmica para que este esporte fosse algo mais do que surpreendente.

Por se realizar a competição em carros em velocidade máxima, o esporte levantava certas sensações, como o “medo, a ansiedade, a agonia” tanto numa correlação entre os espectadores quanto aos pilotos, que tinha consciência de correr sérios riscos de vida se praticando as provas, mas tudo isso evidenciava um meio onde “figuras ideológicas como os mitos e os heróis, em seus combates contra os mais diversos perigos” surgiam em cena, conforme Tartas (2019) aponta. Foi durante os anos 1970 que a Fórmula 1 despertou uma grande popularização do esporte automobilístico no Brasil. No começo dessa década, o piloto Emerson Fittipaldi conquistou a primeira vitória na categoria e dois anos depois, o primeiro título mundial.

Essa representação abriu alas para uma nova paixão dos brasileiros, sobretudo pela possibilidade de inserção de novos representantes do país dentro desse esporte, assim como os pilotos José Carlos Pace (1944-1977) e, nos anos seguintes, Nelson Piquet. Com uma nova ferramenta, os veículos de comunicação foram estimulados graças a esse período inovador e vitorioso, entre jornais, revistas e o radialismo. Contudo, tais canais não tiveram tanta força na consolidação da Fórmula 1 como febre nacional, deixando este papel de narrativas alimentadas e moldadas graças às transmissões das corridas por emissoras de televisão, em praticamente os quatro cantos do país e, por conseguinte, uma ascendência de uma mídia esportiva que à posteriori começaria a esquadrinhar cada vez mais a fundo por um território desconhecido e, de certa forma, ligado à características tradicionais eurocêntricas, distante, portanto, da realidade brasileira. Para Proni (1998, s/p), a F-1 pode ser reconhecida como pioneira em termos de “marketing e gestão empresarial do esporte”, sendo responsável por ser uma das catalisadoras de uma revolução da comunicação em massa, participando

ativamente de avanços marcantes da chamada globalização esportiva, apontando, por exemplo, a profissionalização de patrocinadores, atraídos pela transmissões pela televisão; nos anos 1980, quando houve um aprimoramento das transmissões em tempo real pelos satélites e ainda lançando uma possível previsão que, a partir do final dos anos 1990, a ideia da inclusão da TV Digital poderia estreitar ainda mais os laços com o telespectadores e as corridas, ao se pensar que tal acesso poderia conceder informações e estatísticas exclusivas do que se acontecia diretamente nas pistas.

É certo dizer que a televisão foi o principal palco da Fórmula 1. O retorno do seu público até hoje é quase inestimável, afinal, estamos falando de bilhões de pessoas ao redor do globo e em cada continente se realiza pelo menos uma das dezesseis corridas anuais da temporada (GONÇALVES, 2011). Além disso, soma-se ao fato que as marcas patrocinadoras estimulam - e guiam, até - o estilhaço deste esporte, e que garantem um alto investimento na categoria. O jornalista britânico Martin Jacques assinala que a Fórmula 1 "é uma indústria inundada de dinheiro", tendo, fundamentalmente, dois públicos essenciais, no entanto, apenas um deles é o que realmente importa: o primeiro público (não muito importantes), são aqueles que vão "até às pistas para assistirem as corridas" e o segundo (os mais importantes) são aqueles que garantem audiências explosivas pelas transmissões televisivas. Este fato relaciona à necessidade ansiosa que induzem muitos atletas a buscarem incansavelmente pela vitória, pois a pressão exteriorizada que envolvem a reputação de seu país de origem, a equipe que na qual faz parte ou das empresas anunciantes tendem a transformar o sujeito em uma espécie de mercadoria (RUBIO, 2021, p. 177).

Como todo esporte, a utilização de artifícios estruturados é um reflexo do marketing esportivo, que aguça o interesse através de produtos transmidiáticos onde a velocidade é o principal apetrecho de sentinela que vai ligar o público às apresentações. Estamos falando de uma tecnologia que encantou e continua a encantar os mais ávidos pelo esporte, o que combina com diversos meios da comunicação, principalmente daqueles que gozam de informações imediatas. Venâncio (2010, p.11) cita que "a mídia esportiva é um lugar de se contar boas histórias sobre o esporte, sobre as pessoas que o fazem e para formar novos esportistas e torcedores através da divulgação da cultura esportiva." e isso pode ser evidenciado que graças ao êxito brasileiro na Fórmula 1, o aumento pela procura de mais informações sobre o que acontecia nas pistas foi proporcional ao aumento da cobertura jornalística, especializando-se paulatinamente na categoria.

Por outro lado, faz-se necessário também citar os recursos narrativos incorporados nas atribuições de matérias jornalísticas acerca de temas específicos. Muito mais do que divulgar

o que se acontece no momento é divulgar como aconteceu e, para tanto, acrescentam-se fórmulas, escolhem a dedo personagens e seus conflitos que serão as vigas que vão sustentar, por semanas (ou longo anos), certas perspectivas - às vezes, tendenciosas - para outorgar dramatizações à situações que, ao serem plantadas, serão dispersadas e recebidas de formas divergentes em seus enunciados. Dependendo de quais maneiras este tipo de discurso escrito é moldado e apresentado, a tendência é o surgimento de demais demandas visando estreitar relações dependentes entre a mídia, o atleta e o público, conforme explica Mussa (2010,p.39) "se por um lado o atleta fica conhecido localmente, regionalmente ou até mundialmente por meio da imprensa também vai sofrer as consequências dessa responsabilidade de estar em evidência. Para o bem ou para o mal."

2.4 Ayrton Senna do Brasil

Dentro deste cenário, habitat natural para a germinação dos símbolos nacionais, involucrado pelas informações da mídia, e fortificado pela massificação de valores, introduzo aqui o piloto Ayrton Senna da Silva. Brasileiro, nascido nos anos 60, natural de São Paulo, Senna logo despontou como um talento iminente e representativo no automobilismo brasileiro, primeiramente por se apresentar em famigeradas corridas de kart que ocorriam em Interlagos e que se incorporou rapidamente no panorama do automobilismo europeu, onde passou a disputar categorias Fórmula Ford 1600 e a Fórmula 3 na Inglaterra, despertando interesse e sendo altamente elogiado por suas performances nos tablóides britânicos especializados no auto esporte como atleta. Passou a ganhar grande relevância no âmbito nacional após incorporar-se dentro da Fórmula 1 em meados de 1984 e vencer o Grande Prêmio de Detroit, nos Estados Unidos, onde ergueu e desfilou com a bandeira do Brasil, um simbolismo que o transformou em um ídolo tanto da imprensa esportiva quanto dos brasileiros.

A imagem fixa de um personagem real, juvenil, ponderada, talentosa e determinada se aliou com as conquistas surpreendentes de Senna em um esporte cuja tecnologia e velocidade espantosa nas pistas serviu mais do que apenas levar o nome de um país latino empobrecido em uma zona predominantemente europeia: gerou identificação e representatividade, alicerces do orgulho nacional que o acompanharam até a sua trágica morte, em Ímola, Itália. Aliado a isso, os meios de comunicação de massa foram pilares imprescindíveis para transformar Ayrton Senna em uma celebridade e em uma referência quase divina e intocável -

elementos ideais para a composição de heróis, agraciado com grandes honrarias (Ordem Nacional do Mérito, Ordem de Rio Branco, Ordem do Mérito Aeronáutico, dentre outras) - a começar até mesmo na atribuição do sufixo "**do** Brasil" como epíteto, marcando o lugar de onde saiu e do qual pertence.

A relação entre Senna e a imprensa também precisa ser citada em um estudo de caso como este. Sem sombra de dúvida, a televisão (lê-se Rede Globo de Televisão) foi o principal veículo/estímulo à produção massiva da imagem do piloto em torno de um "denominador comum" de uma geração talvez predominantemente mais empobrecida. Assim apresentado, o papel da relação Senna-Globo foi fundamental neste aspecto. Batista e Velásquez (2018) acentuam que a emissora era responsável por emitir ao país "sua imagem de promessa e, posteriormente, de uma lenda". Quem não se lembra e se emociona ao ouvir o "Tema da Vitória" embalada pelo grupo Roupa Nova que tanto seguiu Ayrton nas linhas de chegada com as narrações históricas do jornalista esportivo Galvão Bueno? Encomendada pela Rede Globo, a música inicialmente seria tocada a cada conquista de um campeonato da Fórmula 1, independentemente de quem fosse, mas acabou sendo imortalizada pelo êxito do piloto, sendo reconhecida até nos dias de hoje por "a música de Senna".

O alcance excessivo de sua imagem, sua vida popular e morte assistida estimulou uma contribuição positiva para o surgimento e uma mudança da autopercepção do brasileiro. Senna nunca escondeu que "explorava" esse lado, andando de mãos dadas com a mídia - o que todo atleta precisa buscar, sejamos justos -, sobretudo para manter sua imagem.

> É possível perceber que Ayrton Senna foi um componente bem azeitado da engrenagem capitalista de consumo, bem como vítima deste mesmo mecanismo do capital que dele se serviu — Senna foi uma espécie de refém do sistema e dele não conseguiu escapar, nem depois de morto (GONÇALVES, 2011. p. 113).

Conforme adensaremos as reflexões sobre o fenômeno nesta pesquisa, será imprescindível listar à princípio as funções sociais que converteram sua trajetória como um dos principais esportistas dos anais da Fórmula 1 e como seus valores individuais transpassaram o sinônimo do ideal, assim como Cataldo (2003, p. 81) caracteriza: "(Senna) foi levado ao posto de herói na ordem das coisas inexplicáveis como seu talento inato, vocação extraordinária, carisma, além de sua grande determinação, fazendo com que o ídolo seja visto como um ser singular, mítico e especial por se diferenciar dos demais."

3. O HERÓI ASCENDENTE: A CARREIRA DE AYRTON SENNA

Na cultura árabe, utiliza-se da expressão popular "*maktub*" para exemplificar algo que deve estar presente na vida humana, até o final da vida deste. Em seus mais variados sentidos, a expressão busca proferir ocorrências ou situações que, por sua forma, já estavam resignadas em uma linha do destino. Sendo assim, a conceituação atina que, independente da adoção do livre-arbítrio, dos quereres e das vontades individuais humanas, não seria possível esquivar-se de situações talvez "predestinadas".

Seguindo essa linha de raciocínio, seria interessante, talvez, imaginarmos que os entrelaços do destino do brasileiro Ayrton Senna da Silva estavam realmente inclinados para um vento norte do que ele se tornaria? Afinal, para apenas um garoto de oito anos que acabara de ganhar seu primeiro *kart* - um veículo simples, composto de quatro rodas, assento monoposto e motor silmes, – seria seu "molde original" para tornar-se um piloto profissional, começando a abrilhantar um verdadeiro caminho de um sucesso avassalador que se iniciaria nos asfaltos do pequeno kartódromo de Interlagos, em São Paulo. Neste capítulo, pretendemos começar a elucidar os principais feitos da trajetória do piloto, partindo do seu primeiro contato com o automobilismo, passando pelas subcategorias da modalidade na Europa, sua ascensão e estabilização na Fórmula 1, visando sobressair certos aspectos que serão explorados pelos veículos de massa e que será uma base conveniente para as discussões futuras nesta pesquisa.

3.1 Primeiros anos

A idade mínima para as competições com o kart era a partir dos 13 anos, mas Ayrton Senna, conquanto da idade permitida, surpreendeu a todos quando conquistou sua primeira pole position numa prova amistosa particular, liderando e resistindo à pressão dos veteranos por 35 voltas, até que perdeu o controle do carro por uma tentativa de ultrapassagem e tirou-o da pista. Aos 14 anos, Senna, já imerso em sua realidade do kart na chamada Categoria Júnior, começava a apresentar sinais de uma notória insistência, disciplina e perfeccionismo que o acompanhariam por toda sua carreira. Diferente de outros companheiros pilotos, que se concentravam apenas em garantir uma posição sobreposta aos outros em treinos, o jovem Ayrton experimentava a pista de um jeito que Ernesto Rodrigues, em sua obra Ayrton: O Herói Revelado (2004, p.29) destaca como "um caso curioso de acumulação de funções de piloto e chefe da equipe": em uma própria autonomia, ele analisava em uma velocidade

considerada “lenta” cada trecho da pista de Interlagos, prestando atenção como seu carro correspondia-se em determinada curva, uma freada, ou uma aceleração praticada com o objetivo de aprender na palma da mão qual parte da pista lhe garantia mais alguns décimos ou centésimos de segundo. A estratégia funcionou maravilhosamente bem, tornando-o, por muitas vezes, o piloto de kart mais veloz.

Em 1977, venceu seu primeiro título internacional e tornou-se campeão sul-americano na sua categoria e este fato o ajudou a liderar a representação nacional ao disputar seu primeiro mundial no ano seguinte, disputado na França, na cidade de Le Mans, terminado em sexto lugar geral. Tamanho desempenho impressionante apresentado, logo foi lhe oferecido pelos irmãos Ângelo e Aquiles Parilla, proprietários da famosa fábrica de motores DAP, um contrato como segundo piloto da equipe de fábrica. Uma oportunidade como essa com certeza seria uma experiência germinal para os próximos anos de sua vida ligada ao automobilismo. Apesar de seu desempenho louvável em corridas internacionais, Ayrton nunca conquistou um título de campeão mundial de kart. Em 1979, atingiu a marca histórica de um segundo lugar em Estoril, Portugal, e na Bélgica, no ano seguinte, ficando em quarto lugar. Contudo, mesmo sem êxito neste atributo, é inegável dizer que a contribuição de Senna para o kartismo brasileiro foi, sem sombra de dúvidas, marcante e transgressora para a época. Para tanto, Mário Sérgio Carvalho, campeão paulista de kart e o primeiro – de vários – rival marcado de Senna, apontou como a visão do esporte teve um vislumbre modificado graças ao Ayrton que ajudou a diluir a imagem de “resultados ruins e pouco expressivos” em disputas como aquelas.

Traçando objetivos mais ambiciosos, nos anos seguintes, Ayrton Senna passou a alçar voos muito maiores do que o minúsculo espaço que se encaixava em seu kart. Decidiu disputar o Campeonato Inglês de Fórmula Ford 1600 para correr pela Van Diemen, uma das mais prestigiadas e tradicionais equipes da Inglaterra, fascinando a todos com sua quinta posição em sua estreia e, logo após a segunda corrida, conheceu sua fiel amante justamente na sua primeira vitória na Europa – a chuva. Com o êxito louvável obtido em suas performances, recebeu uma proposta para correr em outra subcategoria automotiva: A Fórmula Ford 2000, conseguindo quatro *pole positions*, quatro voltas mais rápidas e quatro vitórias (RODRIGUES, 2004, p. 63), triunfando o título europeu. No final do campeonato de 1982, Jeremy Straw, um dos editores da revista britânica “Autosport” destacava que Senna fazia parte da “nova safra de jovens pilotos de outros países, com a esperança de conseguir um futuro promissor” (SANTOS, 1994, p. 24).

O final de 1982 continuava a reservar surpresas para Ayrton Senna: subiu novamente de categoria, sendo convidado a participar da próxima temporada de Fórmula 3 no ano seguinte, assinando contrato com a nova equipe West Surrey Racing, de Dick Bennet. O interessante a ser ressaltado, porém, é que Senna, no mesmo período, começou a receber flertes insistentes da equipe Toleman para seu patrocínio e, à posteriori, conforme a nova cultura da Federação Internacional de Automobilismo Esportivo (FISA), instaurava que para participar da mais alta categoria do esporte automobilístico, a Fórmula 1, era imprescindível a presença e a acumulação de pontos satisfatórios em corridas e campeonatos de Fórmula 3. A abordagem da Toleman foi um invite para fisgá-lo futuramente na equipe, mas a proposta fora recusada pelo próprio Senna e repetida aos outros donos da F1, como seu futuro chefe Ron Dennis, dirigente da McLaren, salientava como uma total “arrogância” da parte do novato. Senna só correria pela Fórmula 1 se guiasse em suas mãos um verdadeiro “carro ganhador".

Antes mesmo de estrear no ano seguinte da próxima temporada e selar seu destino na Fórmula 3, a edição da revista inglesa Autosport publicou que sua atuação no campeonato de foi simplesmente arrebatadora. Com 9 vitórias invictas na categoria, e uma sucessão de recordes, celeremente Senna foi liderando e ditando as posições do torneio. Mesmo em performances - cuja força maior era à mercê da eficiência dos carros - em que acabavam longe do pódio ou em circuitos que não completavam, sua imagem começou a ser ainda mais alçada graças aos tabloides britânicos, passando a ser comparado pelos pilotos vitoriosos como Jim Clark, Nelson Piquet, Jackie Stewart e Emerson Fittipaldi, todos, aliás, já haviam passado pelos mesmos estágios.

Uma das mais célebres vitórias de Ayrton Senna e, conjuntamente, a conquista do campeonato, foi marcada no circuito de Thruxton em uma disputa que, apesar de acirrada entre ele e o inglês rival, Martin Brundle, ainda foi considerada “tranquila” e quase semelhante a um “passeio” pelo correspondente do jornal O Globo, Janos Lengyel, na edição de 24 de outubro de 1983, abraçando seu triunfo e sendo saudado pelos ingleses. Ainda na mesma edição do jornal, ele revelou uma estratégia ambiciosa para o rendimento do seu carro aumentasse e apresentasse o melhor condicionamento durante toda a corrida: a utilização de fitas adesivas na entrada do ar para refrigerar o tanque de óleo, com a finalidade do motor se aquecesse ainda mais rápido e, quando sentia uma “ameaça de superaquecimento”, Senna se arriscava ao soltar o próprio cinto de segurança para ir arrancando as fitas uma de cada vez.

De acordo com Francisco “Chico” Serra, campeão brasileiro de Fórmula 3 em 1979 e a principal persona a inserir Ayrton nas competições inglesas, ressaltou a grandiosidade e

mérito pessoal de Senna na conquista do campeonato da F-3 (RODRIGUES, 2004, p. 63). Contudo, também apontou que graças à conveniência e o aprendizado obtido nessas pistas,, por um breve momento, o jovem piloto envolveu-se com o brilho do automobilismo e que, com efeito, se lembraria nos anos seguintes: as competições não devem ser vistas como mais uma corrida, mas sim como " uma longa sequência de disputas e todas elas devem ser encaradas com a mesma decisão, o mesmo preparo, a mesma seriedade." Estes pontos seriam intrínsecos para seu próprio desenvolvimento profissional e que já colocaria em prática antes mesmo de se oficializar na Fórmula 1, surpreendendo até mesmo algumas das cruciais equipes desta hierarquia, evidenciando um comprometimento que destoava dos demais pilotos do seu mesmo nível. Durante um breve teste, Frank Williams, sócio fundador da equipe da Williams Racing, declarou que havia ficado impressionado com a compostura de Ayrton ao convidá-lo em apenas um ensaio, sem compromisso, para avaliar sua chamando atenção por efetuar um "ritmo tão depressa e ter logo chegado a um ritmo competitivo (...), repetiu várias vezes seu melhor tempo e nunca perdeu o controle, apesar de estar muito desconfortável no carro com assento Laffite, que é bem mais baixo que ele". Ron Dennis também o convidou para uma nova série de testes e ficou assombrado por duas coisas: a primeira foi com a confiança exercida do brasileiro e a segunda foi por ter batido o tempo de Niki Lauda na qualificação do Grande Prêmio da Alemanha, com 1 m 13,9s a volta. (SANTOS, 1994, p.54, 55).

Mesmo com os testes bem sucedidos, seu futuro ainda estava incerto e inseguro, restando-lhe mais duas equipes para tentar uma ponta no campeonato de 1984: a Brabham-BMW e um novo chamado vindo da Toleman. Ainda que seu interesse maior flexionava para os lados da Brabham, mesma equipe de Nélson Piquet, enfrentou um "veto misterioso" - que será ressaltado mais a fundo em outra ocasião - vindo da principal patrocinadora da equipe. A Parmalat insistia em ter um piloto italiano no lugar de dois brasileiros. A última possibilidade de Senna era considerar correr pela modesta Toleman - o que acabou acontecendo, mesmo revelando publicamente durante uma entrevista em 15/12/1983 pelo jornal Estado de São Paulo que a equipe era "intermediária e que nunca ganhou provas", acentuou que seu objetivo seria mudar esses resultados durante o período que ficaria na equipe, e deixou claro que estava aberto a oportunidades melhores, mesmo com multa de rescisão.

3.2 O senhor da Fórmula 1

Em março de 1984, fez sua estreia na principal categoria do automobilismo mundial em uma série de corridas despretensiosas em um carro do ponto de vista técnico, limitante e inferior, mas que ainda era possível captar a determinação do piloto. Em sua segunda corrida pela Toleman, marcou seu primeiro ponto na categoria e, durante o Grande Prêmio de Mônaco, despontou oficialmente como promessa através de um feito ousado e admirável: graças às fortes chuvas que assolaram as pistas de Ímola, a disputa pelo prêmio foi reduzida a apenas 1h03 de duração, isso, todavia, não impediu para que Senna demonstrasse uma exibição ímpar, mesmo largando na 13º posição. Quando a chuva mais uma vez sucumbiu, conforme relatou Janos Lengyel, na edição do dia 07 de abril de 1984 do O Globo, o piloto "encantava os torcedores com uma extraordinária habilidade para levar a sua Toleman a ganhar seguidas posições". Ayrton terminou a corrida, mesmo interrompida, na expressiva posição do segundo lugar, ultrapassou os grandes favoritos - Niki Lauda, da McLaren, e Michele Alboreto, da Ferrari - e por pouco não venceu o piloto francês Alain Prost, que chegou em primeiro lugar (essa foi, aliás, o primeiro duelo de Senna e Prost pela esta considerada ao primeiro duelo à procura incansável de uma soberania absoluta nas pistas).

Senna voltaria a repetir uma façanha semelhante no Grande Prêmio da Inglaterra, em julho, e subiu pela segunda vez no pódio com a ostentação do 3º lugar, em uma ultrapassagem extraordinária da poderosa Lotus do piloto Elio De Angelis nas últimas voltas. Sobre o esplendor de Ayrton na apresentação daquela corrida, a Folha de São Paulo do dia 23 de julho de 1984 enfatizou o cometimento com a seguinte chamada: "Lauda vence, Piquet quebra e Senna brilha", realçando, também, uma ascensão midiática e um espaço que ele estava aos poucos trilhando. Ainda sobre o Grande Prêmio da Inglaterra, Reginaldo Leme analisou que a conquista do pódio se deu pela sua postura durante toda a corrida, não se deixando intimidar com as potências tradicionais e conseguindo ultrapassar todas as limitações da equipe Toleman.

Independentemente de resultados positivos/negativos de suas consecuções na Toleman, as limitações técnicas do carro e da equipe pesaram para que Senna, depois de corridas arruinadas durante o campeonato, decidisse assinar um contrato secreto para sua transferência em direção à equipe da Lotus, que já estava à procura de uma estrela para voltar às vitórias e ao carisma do automobilismo. A partir dessa situação, Rodrigues (2004, p.110) evidenciou as impressões inconvenientes da ruptura na relação Senna-Toleman através de Peter Gethin, diretor da equipe em questão, definiu tal atitude de alguém "terrivelmente ambicioso, terrivelmente mercenário, no sentido de que coloca tudo de lado para fazer o que

deseja. O único pensamento de sua vida é vencer corridas". Mesmo com seu nome "manchado", Ayrton ainda garantiu mais um pódio - terminando em terceiro lugar - no decorrer da última corrida da temporada, no Grande Prêmio de Portugal.

Aquele presente campeonato de Fórmula 1 de abril de 1985 ficou marcado como o princípio do seu contato e intermédio da torcida fiél brasileira durante o Grande Prêmio do Brasil, no circuito de Jacarepaguá, no Rio de Janeiro, quando desfilou pela primeira vez com sua Lotus preta e capacete amarelo ouro. Liderando boa parte da prova sem a presença de Nelson Piquet, os espectadores vibraram ao notarem que outro brasileiro estava em primeiro lugar na disputa. A alegria, porém, durou pouco. Senna abandonou sua Lotus por uma pane no carro. Em entrevista ao Jornal do Brasil do dia 08 de abril, Ayrton justificou a falta de potência do seu carro em certas curvas e retas longas e parecia esperançoso que faria diferente na próxima corrida, em Estoril, Portugal. E acabou confirmando sua potencialidade.

A chuva caía mais uma vez alagando a pista e a água acumulada garantia um efeito de ondulação conforme era "esmagada" pelos pneus daqueles carros a mais de 300km de velocidade por hora, Senna disparou na liderança e assim ficou por 67 voltas, garantindo sua primeira vitória. Durante a transmissão da corrida, em 21/04/1985,[2] o jornalista e comentarista Galvão Bueno, abismado pela proeza, salientava após a bandeirada do término da prova: "uma coisa apenas se fala no mundo da Fórmula 1: o talento fantástico, da incrível capacidade de conduzir um automóvel que tem esse garoto (...) E você, em todo o Brasil, é a testemunha do nascimento desse novo grande ídolo desse esporte". Após este momento de glória, Senna só voltaria ao pódio na mesma temporada meses depois - afinal, apesar de ter um carro muito mais prudente do que o anterior, ele não escapava das falhas técnicas -, no Grande Prêmio da Áustria, ficando em segundo lugar e obtendo o terceiro lugar nas corridas apresentadas na Holanda e Itália, respectivamente. Finalmente, durante o Grande Prêmio de Spa-Francorchamps, na Bélgica, teve uma vitória em primeiro lugar, novamente na chuva. Sua performance no final do campeonato daquele ano resultou em um quarto lugar, com 38 pontos marcados, sendo o piloto que mais conquistou *pole positions* na temporada, recebendo pela revista brasileira e especializada em futebol, Placar, a premiação de Esportista do Ano.

O ano de 1986 foi crucial para que Ayrton Senna solidificasse de vez sua presença nos anais da Fórmula 1. Em três meses do novo campeonato, garantiu quatro pódios - sendo um primeiro lugar absoluto - e um quinto lugar. Uma eficiência muito melhor do que ano passado. Contudo, houve um gesto feito por Senna, indiferente para os outros competidores,

[2] Trecho extraído da reprodução em vídeo da primeira vitória de Senna, no GP de Portugal https://www.youtube.com/watch?v=5vF43y5ZaVI&t=1s

porém, que tornou-o definitivamente conhecido no âmbito nacional - ainda mais em um país que até então só se popularizou e simpatizava com as atrações do futebol.

O Brasil estava fora da Copa do Mundo, derrotado pela França no dia anterior, e a decepção nacional assolava os brasileiros. Parecia que não havia consolo suficiente para aquietar seus corações, deixando-os, conforme comenta Santos (1994, p.94), "órfãos desprotegidos pela ausência de orgulho nacional, que é, acima de tudo, o escrete de ouro". Entre tantos brasileiros decepcionados e amargurados, estava Ayrton Senna. Bastou ver a bandeira brasileira balançada timidamente por um torcedor após ganhar a prova em Detroit, Estados Unidos, para se aproximar com sua Lotus com motor francês, pegá-la, desfilasse durante toda a volta de honra do campeão e ainda empunhá-la - tal qual como o herói lendário noruêgues Holger Danske empunhava sua Cortana - orgulhosamente durante sua premiação.

> Foi o instinto: parei, e fiz sinal para um bandeirinha que estava do meu lado. A bandeira, a bandeira - mas o cara não entendia nada. Até que o bandeirinha olhou para mim e olhou para o cara e entendeu. Foi lá, tomou a bandeira do torcedor que estava pendurado lá na cerca - como é maravilhosa essa torcida - e a trouxe para mim. Foi um dia especial. (SENNA *apud* SANTOS, Francisco, 1994, p. 96)

Tal feito foi o suficiente para que os jornalistas e a imprensa esportiva nacional tirassem nomes notáveis como o francês Alain Prost e o inglês Nigel Mansell de seus favoritos e celebrassem irrevogavelmente Senna como um compatriota. O fato de ter vencido gloriosamente em Detroit foi, com perdão do trocadilho, combustível mais do que o suficiente para Senna despontar de vez como uma promessa certeira, afinal, o jovem piloto havia chamado atenção a ponto de se trocar pequenas notas nos jornais por matérias detalhadas de sua carreira e fotos de todos os tamanhos começaram a serem estampadas, como a edição do Estado de São Paulo no dia adjacente publicou na primeira página uma foto sua com a bandeira erguida e uma chamada em letramento maiúsculo para evidenciar o título: "Senna Espetacular". Nas tiragens do Jornal do Brasil (1986), mais uma imagem de Ayrton na primeira página em ênfase e o destaque: "(...) já dava para imaginar que esse garoto ia longe. Foi tão longe que virou estrela. E o lugar de estrela é lá em cima. No podium."

Outra grande campanha ainda na temporada de 1986, foi a realização da primeira corrida no bloco socialista de Hungaroring, em Budapeste, marcada pelo combate direto de Ayrton Senna e Nelson Piquet, ambos dominando a corrida e alterando a liderança entre si. Em dado momento, os dois ficaram literalmente lado a lado em uma batalha de Lotus e Williams, deixando o público das arquibancadas boquiabertos. Com uma manobra arriscada e bem sucedida, Piquet saboreou a ultrapassagem sobre Senna. Voltariam a repetir a guerrilha

em próximas oportunidades, como a disputa pelo segundo lugar durante o Grande Prêmio de Portugal e no Grande Prêmio do México, onde quase causaram um acidente por terem tocado rodas no início da prova. No final do campeonato, Senna voltaria a ficar em quarto lugar com 55 pontos - um rendimento extremamente superior ao campeonato de 1985.

O terceiro ano de trabalho na equipe da Lotus assinalou a aliança recíproca de maior sucesso de sua carreira - o estreitamento de laços com os japoneses por dois fatores autoexplicativos: o primeiro é que a Lotus e os desenvolvedores do motor Honda, no início de 1987, contrataram Satoru Nakajima, um piloto japonês para fazer dupla junto a Senna naquela temporada, sendo abertamente inferior ao desempenho do brasileiro, no entanto, mesmo partindo com ferramentas idênticas. Os japoneses, de acordo com Rodrigues (2004, p. 220), se encantaram por Ayrton pela "forma categórica, inapelável e devastadoramente rápida com que ele superou as performances do herói local Nakajima". O segundo fator se deu através do molde de trabalho, a disciplina e o comprometimento japonês. Estava nascendo, ali, uma fascinação singular e totalmente diferenciada do que aquele esporte estava acostumado a encontrar nos bastidores, e uma harmonia que faria a diferença que faltava na conquista de um título à posteriori.

Provou mais uma vez um novo nível de competitividade vencendo Piquet e ficando em primeiro lugar no Grande Prêmio de Mônaco e repetiu um resultado similar na prova seguinte, nas ruas Detroit. Não obstante, suas vitórias mirabolantes não foram o suficiente para os desafios que se seguiram. Os problemas com a Lotus continuavam a se intensificar radicalmente, a ponto de prejudicá-lo pela disputa do título daquele ano - foi o terceiro do mundo. Tal fato foi o suficiente para levá-lo aceitar prontamente a oferta para correr em 1988 pela McLaren, unificando a supremacia dos artifícios do automobilismo conhecido com a tecnologia dos motores da Honda que Senna fez questão de arrebatar da Lotus. Através destas duas potências trabalhando em conjunto, motor no ápice das condições e um carro que correspondia às expectativas.

3.3 "Um campeão de olho na história": A parceria com a McLaren

Nesta seção, usaremos o título utilizado pela matéria do jornal O Globo[3], e assinada pelos correspondentes Paulo Fonseca Martins e Ricardo Fonseca, sobre o final da temporada e a conquista do primeiro campeonato de Ayrton Senna em 1988, para ilustramos a parceria

[3] Matéria publicada pelo jornal O Globo em 31 de outubro de 1988, no dia seguinte ao primeiro título mundial de Fórmula 1 de Ayrton Senna. Informações extraídas do acervo digital. Disponível em: https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=198019881031. Acesso em: 05 abr. 2023

entre o piloto e a montadora McLaren - que alastrou-se pelos 6 anos seguintes de sua carreira -, tendo em vista que atuaram conjuntamente em benefício de ambas imagens. Extraindo um trecho desta mesma edição, antes de sua estreia no campeonato, ainda no início do ano, Senna parecia compreender que, agora com um "carro potente", estaria finalmente pronto para conquistar o seu lugar junto ao panteão dos mais ilustres pilotos, segundo o mesmo reflete: "Preciso fazer algo especial. Todo ano alguém vence um campeonato. Eu procuro algo além disso."

Em março de 1988, começou a temporada já com o volante da McLaren em mãos, embora mais uma vez desclassificado em sua primeira corrida no Grande Prêmio do Brasil, o comentarista Mário Andrade e Silva, da Folha de São Paulo, salientou que a eliminação não foi suficiente para apagar a forma brilhante e entusiasta que conduziu o "melhor carro de 88", conseguindo do último lugar ao segundo em pouco menos de 31 voltas, classificando-o, desta forma, o verdadeiro vencedor da prova, mas o francês Alain Prost, companheiro de Senna na temporada, foi o vencedor por direito. Em maio, de volta no GP de Mônaco, deu-se um dos mais importantes e enigmáticos momentos da sua carreira, algo que o transpôs além do limite. Em dado instante durante as curvas de Ímola, no treino oficial, Senna relatou uma experiência incomum, somente acelerando e alastrando o ritmo onde confidenciou à jornalista Mônica Bergamo para uma edição da Playboy em agosto de 1990, que a pista "tinha virado um túnel. A distinção entre o homem e máquina deixou de existir, me fundi com o carro, viramos a mesma coisa." Outrossim, na corrida oficial do dia seguinte, Senna liderou a prova desde a largada, porém abandonou à 67a volta, ao se envolver com um pequeno acidente na entrada de um túnel do circuito. A McLaren apresentou uma defesa afirmando "alegações de falhas de pilotagem". Na mesma entrevista já citada, Senna defendeu-se: "aquilo não era apenas um erro de pilotagem. Era a consequência de uma luta interna que me paralisava e tornava vulnerável. Eu tinha uma abertura para Deus e outra para o diabo. O acidente foi um sinal de que Deus estava ali me esperando, para me dar a mão."

A partir dessas experiências, começou o que Rodrigues (2004, p.249) ditou como sua "virada". Garantiu duas pole positions e vitórias seguidas, no Grande Prêmio do Canadá e de Detroit, nesta ordem. Assistiu ao primeiro lugar para Prost na corrida seguinte, no Grande Prêmio da França, garantindo o segundo no pódio e voltou a vencer em Silverstone, Inglaterra e em Hockenheim, na Alemanha, por causa da chuva. Nas disputas em Hungaroring, Hungria e Spa-Francorchamps, na Bélgica, enfrentou diretamente Prost e levou a melhor por décimos nas duas provas. Estava mais próximo do título mundial do que jamais pensara, contudo por alguns problemas e novos erros apresentados nas três corridas seguintes,

o afastou ligeiramente da conquista e aproximou o rival Prost. O título de campeão só lhe seria peremptório na penúltima prova, no Grande Prêmio de Suzuka, no Japão.

Ayrton começou errando a largada, ficando na 16a posição. Na segunda volta, pulou para sexta posição, terrivelmente atrás de Alain Prost, que era o primeiro. Na décima primeira volta, já era o terceiro colocado. Mais uma vez a chuva foi uma aliada conspiratória imprescindível, catalisadora da ultrapassagem sobre Prost já na 28a volta. Faltando exatamente sete voltas para o final da corrida, revelou à Playboy, novamente, mais uma suposta visão sensorial da sua ligação com a imagem de Deus durante uma curva: "Estava suspenso, com a roupa de sempre, a cor de sempre, e uma luz em volta (...) Ao mesmo tempo em que tinha essa imagem incrível, eu guiava um carro de corrida. Guiava com precisão, com força, com tudo…" A conquista de Senna também favoreceu uma supremacia individual para os carros da McLaren/Honda. Janio de Freitas do jornal Folha de S.Paulo fez uma análise sobre como a competência benéfica de carro e motor elevou a Fórmula 1 no que chamou de "Fórmula McLaren" pela liderança em dezesseis Grandes Prêmios dos seus dois carros prostrados nas pistas.

Seu segundo ano na McLaren encaminhava-se mais um plácido título. Senna - agora já campeão do mundo -, inflava-se com mais sede e determinação. A busca pelo bicampeonato começaria e a expressividade da cobiça nas corridas levou aos desentendimentos mais acerbos na sua relação com Alain Prost ao vencê-lo em Ímola, na segunda prova da temporada depois de um "pacto" firmado pelos dois, onde um não poderia ultrapassar o outro sem ameaças prévias. e reprisando o mesmo episódio ao longo dos Grandes Prêmios de Mônaco e do México e amargando quatro abandonos por problemas e batidas, sobretudo causados pelo crescimento do inglês Nigel Mansell. A temporada, tão promissora, se transformou em um ambiente dramático.

No final do campeonato de 1989, o título esvaiu-se de Senna e passou para Prost (praticamente empatados até então) após uma batida na 46º volta, em Suzuka, entre as duas McLaren. Alain abandonou a prova e Ayrton seguiu até o final, chegando em primeiro com um carro todo desequilibrado. Contudo, sem ser avisado, acabou sendo desclassificado ao infringir o regulamento instituído pela FIA. A justificativa apresentada foi a acusação de Senna ter cortado a *chicane*, isto é, cortando a pista e passando pelo canteiro para uma recuperação, sendo assim, perdeu o primeiro lugar da corrida para Alessandro Nannini, piloto da Benetton e Prost garantiu com antecedência o tricampeonato da carreira. No entanto, começava ali uma guerra mais do que declarada. Milton Coelho da Graça, enviado especial pelo jornal O Globo em 23 de outubro de 1989, cobriu a repercussão da eliminação de Senna

por diversos ângulos. Para os diretores da McLaren, o interesse maior não era tirar o título mundial de Prost, e nem promover um favoritismo de “um piloto em relação ao outro”, mas sim, de fazer justiça e apontaram que situações semelhantes já haviam ocorrido em temporadas anteriores com nenhuma punição do gênero. Essa discussão arrastaria pelos próximos meses e afins, ameaçando ligeiramente a renovação da estadia de Ayrton Senna para o ano seguinte quando sugeriu em declarações que a FIA manipulou o resultado do mundial.

A polêmica só começou a ser desfeita às véspera da temporada de 1990, terceiro ano de Senna na McLaren, através de um ultimato exigido por Jean-Marie Balestre: ou se retratava publicamente ou não teria sua licença renovada. No dia 16 de fevereiro de 1990, o correspondente Reali Júnior do Estado de S.Paulo afirmou que a retratação do piloto de fato ocorrera através de uma carta datilografada e assinada pelo próprio e o pagamento de uma multa avaliada em U$ 100.000 para a liberação - posteriormente consentida - da licença. Alain Prost saiu de forma conturbada da equipe, assinando contrato com a Ferrari e Gerhard Berger virou o novo companheiro de Ayrton na temporada daquele ano.

Na primeira disputa em Phoenix, Estados Unidos, conseguiu o primeiro lugar em uma combate com o novato Jean-Alesi, da Tyrrell-Ford. O Grande Prêmio do Brasil, que marcaria a estreia do circuito de Interlagos reformulado, abandonando de vez o tradicional autódromo de Jacarepaguá. Embora favorito para vencer, Senna amargou um terceiro lugar. Triunfou nas seguintes: Mônaco, Canadá, Bélgica, Itália e Espanha. Senna novamente estava próximo do título de bicampeão mundial a ser decidido novamente em Suzuka, no Japão, contra o segundo colocado Alain Prost. Desta vez, foi a sua vez de repetir o mesmo gesto que ocorrera em 1989, tirando propositalmente Prost da corrida através de uma forte batida em dez segundos do início da largada. Sua conquista, todavia, definitivamente não foi bem recebida pela imprensa. O jornalista Celso Itiberê, inegável admirador de Senna, declarou que em momentos como aquele, Ayrton “esquecia a educação, a ética e a esportividade”e a atitude foi “o equivalente a você fraudar, botar uma ficha no 28 depois da bolinha cair. Foi uma falta de ética. Você quase não consegue acreditar que Ayrton Senna fez.” (RODRIGUES, 2004, p. 345). A contenda só voltaria a ser revelada com novos ângulos no final de 1991, quando ganhou o tricampeonato da Fórmula 1. A este fato, podemos relacionar com o caráter duplo encarregado presente nos heróis em construção: “em muitas histórias míticas, o duplo caráter do herói se expressa no seu próprio comportamento” onde só é ativado “no aparecimento de um irmão (gêmeo) ou de um inimigo igualmente forte.” (MULLER, 2000, p. 32)

O ano do tricampeonato de Senna distanciou-se dos níveis apresentados nas temporadas anteriores, envoltas de situações mal resolvidas. Na própria previsão de Senna: “1988 foi uma batalha de homens; 1989 e 90 batalhas psicológicas. 1991 será um desafio técnico.” (SANTOS, 1994, p.181). Venceu novamente Alain Prost sem muito esforço na pista de Phoenix, batendo de frente com novas tecnologias incrustadas desenvolvidas para a Williams e a Ferrari, mais do que prontas para desbancar a proeminência da McLaren. A prova seguinte, mais um Grande Prêmio do Brasil (o seu oitavo), em Interlagos, extinguiu sua nêmesis com êxito jamais visto até então. Antes mesmo da corrida oficial, nos treinos, Carlos Mesquita, do Jornal do Brasil, do dia 24 de março de 1991, fez questão de transcrever os suspiros e exclamações da imprensa estrangeira quando Senna marcou sua 54º pole position da carreira e ultrapassou seu melhor tempo no circuito, totalizando 1m 16s392: “fantástico”; “fenômeno” e “absurdo”.

Na corrida oficial, tudo parecia que daria errado mais uma vez. Ayrton, liderando a corrida, começou a perder as marchas do carro com a prova na metade (aproximadamente na 65º volta), perdendo potência e, por consequência, tempo de vantagem. Em dado momento, a sete voltas do final, Senna ficou apenas com a sexta marcha do McLaren à disposição e, ainda assim, obrigava o carro a fazer voltas em um tempo impressionante, fazendo um exaustivo esforço físico com seu próprio corpo a fim de manter a máquina nas retas e no circuito, recebendo para seus braços e ombros uma força estimada de um carro de passeio. A chuva, sua parceira desta vez, estava atrapalhando sua performance, principalmente para fugir das investidas da Williams, de Nigel Mansell e de Riccardo Patrese, da Ferrari. Ao cruzar a linha de chegada, Senna não apenas realizara seu maior sonho até então, provara, assim como Nigel Roebuck da Autosport acentuou, impressionado: “Manter o carro na pista naquelas circunstâncias, sem cometer qualquer erro, confirmou a majestade absoluta do talento de Senna.”

Após a bem sucedida vitória no Brasil, Ayrton emplacou mais duas vitórias diretas no Grande Prêmio de San Marino, em Ímola, e no GP de Mônaco, esta última conquistando a 30º vitória da carreira, derrapou, contudo, pela força exuberante da nova Williams-Renault e os holofotes para Nigel Mansell, responsável por tirar-lhe alguns pontos até perder o favoritismo pelo título mundial. Atravessando por algumas fases ruins, aproveitou as falhas cometidas por Mansell nas pistas e voltou à intersecção no desfile da Bélgica e Estoril, Portugal, e participando assertivamente de todos os pódios, até a definição do campeonato e a posse do seu tricampeonato - o último da sua carreira - mais uma vez em Suzuka,

impulsionado pela desistência de Mansell à 10º volta. Senna igualava-se à posse de Nelson Piquet de tricampeão, mas ainda assim superando-o em vitórias, poles e pontos.

A cobertura feita por Celso Itiberê para O Globo, em 21 de outubro de 1991, frisou que, naquela época, Senna era "o maior piloto brasileiro de todos os tempos" chamando a atenção para um fato de interpretação dúbia: no final da última volta, o piloto praticamente parou seu carro para que seu companheiro de equipe, Gerhard Berger tivesse sua primeira vitória pela McLaren na Fórmula 1. Itiberê, na matéria, chamou atenção para o gesto de "esportividade", mostrando que "compreendia perfeitamente que somente o esforço coletivo era capaz de grandes carros, grandes equipes e grandes campeões", e, desta forma, dar a vitória a Berger seria uma validação do "agradecimento" sentido, primeiro, para a equipe e, em segundo, para uma alegria para alguém que "humildemente" trabalhou ao seu lado. Todavia, longe da embalagem cativante de Itiberê, Rodrigues (2004, p.389) ainda expôs que nos bastidores da McLaren e do pódio, o comportamento foi duramente criticado, sobretudo pela própria admissão do piloto, contrariado e forçado a entregar a vitória a Berger por uma ordem feita pelo Ron Dennis. Na última corrida da temporada, em Adelaide, Austrália, Senna oficializou mais uma vez o primeiro lugar em uma pista alagada de chuva intensa. Em depoimento exclusivo para o jornalista esportivo Lemyr Martins, em *Uma Estrela Chamada Senna*, Ayrton definiu 1991 como o "melhor ano da minha carreira" e confiava que em 1992, o tetracampeonato seria seu, apesar de flexionar certo receio pelas qualidades técnicas da Williams-Renault que prometia regressar à Fórmula 1 aperfeiçoada combinada com uma nova tecnologia que surgia na categoria: a era dos equipamentos eletrônicos embutidos nos carros.

3.4 Os dois últimos anos

Pela primeira vez, Senna estava impressionado pelo acerto feito ao depoimento a Martins. No circuito de Kyalami, no Grande Prêmio da África do Sul, testemunhou o novo maquinário inovador e revolucionário (indo do motor e até a troca de marchas automática) que a Williams-Renault programou para ser, conseguindo ficar no pódio, porém em terceiro lugar. Não haveria como competir. De acordo com Rodrigues (2004, p.413), analisou o ano de 1992 como o pior momento de Senna na Fórmula 1. Abandonos e problemas com os carros da McLaren prejudicaram a relação do piloto com a equipe e, após a dupla Nigel Mansell e Riccardo Patrese levarem as cinco corridas iniciais da temporada, Senna

mencionava o ligeiro interesse de assinar um contrato com a Ferrari e a Williams, essa segunda, porém, não correria nem tão cedo. Alain Prost chegou antes para aceitar a contratação da Williams, contanto que Senna não participasse como dupla. Outro ponto ainda a ser evidenciado para potencializar a problemática do brasileiro no campeonato de 1992, foi a consolidação de mais um rival. O alemão Michael Schumacher estava em seu segundo ano como profissional da categoria, no entanto conquistava resultados estupendos para um novato, sendo levemente comparado, inclusive pela imprensa brasileira, um "Senna" em roupagem alemã, resgatado dos tempos da Lotus. O jornal O Estado de São Paulo, em 07 de julho de 1992, chegou a reclamar que Schumacher era "um piloto sem limites" e que parecia "não enxergar quem vai à sua frente e tenta ultrapassagens impossíveis."

Apesar de Ayrton ter tido pouco "espaço" na temporada, quase tendo um papel de coadjuvante, sua determinação continuava a ser destaque de comentários da imprensa sobre diversas provas. Em maio, centralizou mais um épico duelo contra Nigel Mansell em Mônaco ao aproveitar-se de um descuido do inglês para assumir a liderança na reta final, na 71º volta precisamente. Nas palavras de Martins (2001, p. 366): "Foram oito voltas espetaculares (...) tão emocionante que os 120 mil aficionados presentes nas arquibancadas do Principado aplaudiram o final em pé, como se pedissem o replay da batalha." O rendimento e esforço não foi o suficiente e já na disputa na Hungria - embora tenha ganhado a corrida -, Mansell matematicamente já havia sido oficializado como campeão mundial com cinco corridas de antecipação.

Em 1993, criou-se uma expectativa baseada em declarações feitas no final do ano anterior que Senna, por não ter mais um carro competitivo o bastante, se absteria do campeonato. Gerhard Berger foi transferido para a Ferrari e Schumacher fecharia um contrato de exclusividade com a Benetton. Ao meio de incertezas, Ron Dennis o convenceu pela última vez com a aquisição de motores Ford HB. Na África do Sul, Ayrton foi o segundo atrás de Prost e voltou a reclamar ao enviado da Folha de S.Paulo que a McLaren ficou "inguiável"e que não acreditava que tinha carro para combater o rival. As corridas realizadas no Brasil e na Europa revelariam o contrário, no entanto. Venceu em Interlagos sob chuva forte correndo sobre a ameaça do motor do seu McLaren explodir nas últimas voltas por causa da pressão do óleo, tentando manter o ritmo mais constante o possível. Logo após a bandeirada da vitória, seu carro não funcionava mais e a torcida brasileira invadiu a pista para recebê-lo. A cena, segundo Rodrigues (2004, p.460), foi algo semelhante ao de uma conquista de uma Copa do Mundo. A edição do Jornal do Brasil do dia 29 de março comentou que a conquista de Senna era uma "vitória do talento sobre a tecnologia."

Dommington Park, o circuito seguinte, também sofreu pelo aguaceiro. Após a largada na quinta posição, Ayrton ultrapassara Schumacher com tremenda facilidade e garantiu a liderança depois de “driblar” Prost, mantendo a posição com quase nenhuma dificuldade até o final. A imprensa especializada esportiva aclamou a performance do brasileiro e classificou, segundo O Globo, como “antológico”.

Em maio, na disputa em Mônaco, recebeu pela sexta vez o troféu do Grande Prêmio, tornando-o recordista absoluta e finalmente acolhendo a alcunha de “rei de Mônaco”, assumindo o primeiro lugar do campeonato, igualando três vitórias do francês - e favorito - na temporada. Depois desta conquista, sete vitórias seguidas da Williams-Renault, uma de Schumacher e complicações da McLaren, afastando-o de um eventual título. Só voltaria a ganhar cinco meses depois, nas últimas provas de Suzuka e Austrália, obtendo segundo lugar com 79 pontos, contra os 99 de Alain Prost, isolado. No mesmo dia que viabilizou seu tetracampeonato, Prost anunciou sua aposentadoria da Fórmula 1. Posteriormente, Ayrton revelou que finalmente correria para a Williams em 1994 com um contrato firmado há meses em segredo. Era uma estreia triunfante, pois, para Frank Williams, este era um encontro esperado há dez anos, desde quando Ayrton fez seu primeiro teste em um carro de Fórmula 1. Segundo Senna: “É um sonho tornado realidade. Frank foi o primeiro a dar-me uma chance na F1, em 1983, e, agora, estaremos juntos” (SANTOS, 1994, p.212). Entretanto, Ron Dennis revelou com exclusividade para Rodrigues (2004, p. 493) que Ayrton estava arrependido de ter trocado de equipe.

No período de março até maio de 1994, Ayrton Senna não concluiu mais nenhuma corrida. O carro “dos sonhos” que abrilhantou a Williams no ano anterior, de quase nada servia. Nesta temporada, a FIA decidiu extinguir as ajudas eletrônicas que foram essenciais no rendimento de diversas equipes de 1992 e 1993, respectivamente, com o objetivo de “resgatar a importância do piloto no resultado das corridas". Na primeira prova da temporada, no Grande Prêmio do Brasil Senna se viu com uma prestigiosa Williams sem tecnologia e, portanto, sem potência. Ao tentar arriscar em uma curva, acabou abandonando a prova, que foi vencida por Schumacher. A corrida seguinte, em abril, no Grande Prêmio do Pacífico, em Aida, também precisou abandonar a disputa ao bater na Ferrari do piloto Nicola Larini ainda na primeira volta. Ímola, marcada para o dia 01 de maio, seria, conforme apontava Senna “o início da temporada”, de fato. Porém, de acordo com SANTOS (1994, p. 225): “Nos últimos seis anos, todos os GP de San Marino haviam sido vencidos por ele ou por um Williams… Mas, a última vez que a Williams conquistara uma vitória fora oito meses antes, em Monza…”

4. DOIS BRASILEIROS NA BUSCA PELO RECONHECIMENTO: A RELAÇÃO MIDIÁTICA DE AYRTON SENNA E NELSON PIQUET

Não é muito tradicional, no limiar de apresentações esportivas específicas, acontecer, na mesma época, dois holofotes apontados para duas estrelas que dividiram, cada um à sua própria maneira, um espaço voltado a um brilhantismo dinâmico a ponto de causar uma identificação dúbia, quase dissidente e polarizada, como a dos pilotos Ayrton Senna e Nelson Piquet. Apesar de serem de gerações diferentes, entre os anos de 1984 até meados de 1991, disputaram, juntos, os mesmos campeonatos. Possivelmente, uma das únicas semelhanças que dividiram são o sustento de três títulos mundiais cada na categoria (Piquet campeão nos de 1981, 1983 e 1987, e Senna nos anos de 1988, 1990 e 1991). Os pilotos não apenas protagonizaram uma representação nacional em um esporte predominantemente conhecido como de "primeiro mundo", mais do que isto: simbolizavam ideologias que estimularam controvérsias influenciadas e persuadidas pelas pautas da comunicação em seus diversos segmentos e atingindo diretamente todas as massas.

4.1 A busca da imprensa brasileira por um herói nacional

O Brasil uma vez abrilhantou o pioneirismo de Emerson Fittipaldi, o primeiro brasileiro a se tornar um campeão mundial na Fórmula 1 já na primeira metade da década de 1970, e também o primeiro a abrir caminho à possibilidade de inserção de novos representantes do país dentro desse esporte, o que o tornou uma imagem bastante popular, entrando não apenas nos anais do automobilismo que o consagrou, mas no coração de diversos brasileiros. No início da década de 1980, o piloto Nelson Piquet tornou-se, de certa forma, um "produto" dessa intensificação do cenário brasileiro no automobilismo, impulsionando novamente um "flerte" vindo do país com a nova figura. Contudo, há de ressaltar-se que este retorno de identificação de um povo para um povo não estava exatamente nos planos de Piquet. Na realidade, estimulava um interesse "relativamente pequeno para a mídia já que celebrava suas vitórias como algo de conquista pessoal (..), (Piquet) não era dominado pela preocupação de se tornar um ídolo" (FRANÇA, 2006), fundamentalmente porque preocupava-se muito mais estar imerso e "ser" a técnica para o esporte, isto é, desenvolvendo uma preferência notória na elaboração de mecânicas para a melhoria dos veículos que na qual pilotava.

Durante a temporada de Fórmula Ford, realizada em maio de 1982, nos treinos do Grande Prêmio da Bélgica, os caminhos do jovem Ayrton Senna e do atual campeão mundial da época encontram-se em uma situação conturbada: às véspera da corrida, o piloto de Fórmula 1 canandense - de nome promissor -, Gilles Villeneuve, sofrera um acidente e morrera na mesma pista que horas depois Senna disputaria na subcategoria. Contudo, o primeiro contato que aconteceu no boxe da equipe Brabham entre aqueles que seriam desafetos declarados ao longo dos anos não poderia ter sido diferente sobre a análise do correspondente Wagner Gonzales ao jornal Estado de S.Paulo: "rápido, formal e frio". A quebra da expectativa de Senna foi incitada pela demonstração de desinteresse de Piquet pelo novato, o que levou Senna, em revelação a Dennis Rushen, preparador da sua equipe, a Rushen Green, na Fórmula Ford, a seguinte declaração: "O cara me esnobou. Um dia venço essa desgraçado." (RODRIGUES, 2004. p.66) Ainda naquele ano, Ayrton faria história por ganhar dois títulos ao mesmo tempo por categorias diferentes: os títulos do mundial de Fórmula 1600 europeu e a Fórmula Ford 2000, recebendo um respaldo essencial para que começasse a receber convites de representantes de equipes da Fórmula 1.

Em 1983, o sucesso da disputa acirrada entre Senna e o inglês Martin Brundle na Fórmula 3 daquele ano expandiu-se para além da Europa, chegando até o Brasil. As performances de Senna na temporada também marcou uma disputa nova entre a Rede Globo de Televisão e a Rede Bandeirantes pela transmissão das últimas corridas do campeonato de uma subcategoria pela primeira vez. A TV Globo acabou por realizar uma transmissão ao vivo da corrida no circuito de Silverstone, sendo "precedida de um investimento de produção muito semelhante ao que era feito na Fórmula 1, na qual Nelson Piquet estava prestes a conquistar o bicampeonato" (RODRIGUES, 2004, p.82). As coberturas incluíram reportagens especiais, entrevistas exclusivas com a família Senna e ainda comentários assertivos advindos do repórter Reginaldo Leme e de Galvão Bueno, que defendiam o surgimento de uma nova estrela neste esporte.

Ao longo daquele mesmo ano, durante a preparação de para estrear na Fórmula 1 no ano seguinte, Ayrton já procurava traçar uma relação disciplinada em redações da imprensa brasileira com um objetivo muito claro: fazer da sua vida esportiva um livro aberto, ora para se auto lançar na figura de atleta nacional, bem como para impulsionar sua visibilidade.

> Senna procurava ocupar um espaço que Nelson Piquet, com quem já começava a dividir as manchetes, parecia fazer questão de dispensar. Nas redações, sua chegada foi uma espécie de redenção para os jornalistas, já um pouco cansados do convívio difícil com Nelson, um campeão mundial que ganhava sucessivos troféus Limão,

> pela falta de paciência e antipatia com que lidava com a fama e, de modo muito especial, com a ignorância da maioria absoluta dos repórteres brasileiros em relação ao automobilismo. (RODRIGUES, 2004, p.85)

Ademais, Senna parecia entender o impacto direto de uma mensagem midiática pode ser fator intrínseco na transformação e solidificação da imagética. Seu discurso de exaltação e amor pelo seu país, antes mesmo de adentrar em um espaço inóspito como a Fórmula 1, já demonstrava um clima novo, uma promessa diferente resgatada dos tempos de Fittipaldi. No final de 1983, às vésperas do final da temporada de Fórmula 3, durante a sessão de testes em carros visando alcançar a F-1, o convite feito pela Brabham parecia ser o mais satisfatório para ambas as partes, principalmente pela equipe, que gostaria de ostentar dois pilotos brasileiros para competirem. Todavia, Piquet, segundo Rodrigues (2004, p.87), era totalmente contra a contratação de Senna e, consequentemente, levou sua impressão ao patrocinador fundamental da Brabham: A Parmalat, que naturalmente expressava o anseio de ver Nelson em dupla com um piloto americano, acatou a opinião do seu principal piloto, vetando Senna de uma eventual - e quase certa - contratação.

A rivalidade, segundo França (2006, p.43) acentuava-se ainda mais com uma certa estranheza e coerção entre os dois pilotos, sobretudo pela própria mídia esportiva brasileira, ainda construíndo e mapeando o terreno do automobilismo, aspirava que os brasileiros, ambos de destaques nacionais, unissem forças nas competições. No entanto, pelo perfil avesso que Piquet nutria pelos jornalistas, sua imagem foi, gradualmente e naturalmente realocada para Ayrton Senna, que destacava-se pela equipe da Lotus, em 1985. O repórter e futuro correspondente Sérgio Rodrigues, do Jornal do Brasil, escreveu que Ayrton tornou-se “a menina dos olhos de todos os que acompanhavam o automobilismo: as atenções, cansadas do mau humor de Nelson Piquet, estavam voltadas em peso para o garoto-prodígio.” (RODRIGUES, 2004, p.128)

Em dezembro de 1986, no decorrer de uma entrevista feita por Senna ao programa Roda Viva, da Tv Cultura, o piloto - já sendo reconhecido pela mídia como “o piloto dos brasileiros” ressaltou brevemente, porém, de maneira incisiva as divergências sistemáticas e das restrições que esbarrava-se com a personalidade côncava e "inconstante" de Nelson Piquet e, independente deste já ser um campeão do mundo, assinalava uma incompatibilidade que se buscava em um esportista brasileiro: "O Piquet é uma pessoa de grandes qualidades (..) e (tem) alguns problemas com a imprensa que existiram efetivamente há alguns anos atrás quando ele estava crescendo na Fórmula 3 que marcaram muito, e que automaticamente tiraram um pouco do amor dele pelos brasileiros e pelas coisas daqui do Brasil.”. Estes

“problemas” que Ayrton Senna citou adveio de uma conjuntura de momento de solidificação da carreira de Piquet na Fórmula 3, tendo como rival, na época, o também piloto brasileiro Chico Serra, que havia a concentração total da imprensa disputando na mesma categoria. Em um depoimento dado por Nelson Piquet em agosto de 2014, citou ligeiramente seu verdadeiro envolvimento na Fórmula 1, defendeu-se que sua pretensão no esporte era uma característica individual, e a sua pretensão, diferentemente de Senna e Emerson Fittipaldi, era apenas ganhar corridas sem a necessidade de tornar-se um produto midiático e do marketing.

Muito da relação direta e indireta da imprensa esportiva brasileira também estimulava o surgimento de um “movimento separatista” entre os torcedores mais ávidos com seus pilotos prediletos, respectivamente, os chamados “piquetistas” e os “sennistas”. O primeiro grupo, fiel ao tradicionalismo e perfil de Nelson Piquet frisavam que certas atitudes de Senna, como a constante necessidade de ser visto pertencente ao Brasil, fosse uma jogada de marketing uma demagogia anêmica para fisgar, de propósito, a “opinião pública”. Ao segundo grupo, lisonjeados pela modéstia e talento de Senna contra argumentaram que aquelas atitudes eram o comportamento ideal de um esportista a ser seguido, “atento ao seu papel de ídolo e orgulhoso de seu país". (RODRIGUES, 2004, p.160). A manifestação dos torcedores mais fanáticos tinham um efeito sinuoso tanto sobre Piquet quanto sobre Senna e os dois, em determinados momentos, preferiram abster-se e de não envolverem-se em uma rixa tão abertamente condicional. Ademais, tal perspectiva está intricada fundamentalmente em um processo primário que os respectivos torcedores buscavam para a formação e reconhecimento do seu esportista preferido, cada qual acreditando e utilizando-se de artifícios para arrimo desta imagem. Isso pode ser facilmente compreendido com o pensamento de Mussa (2010, p.48), quando explica que “o processo de formação de um ídolo também passa pela identificação. O ídolo deve possuir semelhanças com o receptor para que esse possa comparar sua vida com o herói, o espectador deve se sentir parte da conquista do herói.” Sendo assim, há de se ressaltar que o processo perene e polarizador entre os admiradores dos pilotos brasileiros está, para além da mídia, retificado em um ponto de similaridade e de uma realidade correspondente individual e/ou grupal.

Na edição de 19/02/1987, o jornal Folha de São Paulo antevia que a relação dos brasileiros estaria prestes a tomar proporções extremistas. Durante o Grande Prêmio da Hungria de 1989, uma ultrapassagem (para muitos como arriscada, para outros, brilhante) de Nelson Piquet sobre Senna representou a “gota d'água" e os dois trocaram farpas publicamente. Com uma vitória de Piquet no Grande Prêmio da Itália, desprezou o entusiasmo do compatriota quando descobriu que este estava torcendo pela sua vitória já que

acabou abandonando a prova. Ainda na mesma edição, Ayrton ainda afirmara que havia chegado ao seu limite pelas provocações de Nelson feitas no ano anterior sobre sua pessoa e a equipe da Lotus (que o mesmo defenderia em 1988) e que pautava-se em uma tentativa de aproximação por terem a mesma nacionalidade. Quando perguntado sobre uma possível origem sobre a desavença nivelada, Senna foi categórico: "Piquet foi bicampeão e estava sozinho. Aí eu entrei na Fórmula 1, com mais apoio do que qualquer piloto brasileiro em toda a história.". A rivalidade, porém, estaria assujeitada em tomar proporções extremistas, com consequências praticamente irreversíveis.

A temporada de 1988 não embalava o sucesso anterior do tricampeonato que Piquet alcançou em 1987. Antes do campeonato que marcaria seu primeiro mundial, uma verdadeira guerra nas manchetes de jornais chafurdaram-se em episódios polêmicos e infundáveis no envolvimento dos dois brasileiros. Tudo começou quando Senna, em entrevista a Sérgio Rodrigues, do Jornal do Brasil publicada em 07 de março, revelara que sua ausência na mídia entre o final de 87 e início de 88 era uma necessidade, um favor para que Nelson Piquet voltasse a ter destaque na imprensa, acrescentando "já que ninguém gosta muito dele". Imediatamente, após a declaração, Ayrton fez questão de assinalar que era apenas uma brincadeira e que havia se ausentado somente para férias. No dia seguinte, Piquet fez questão de, propositalmente, atacar em retaguarda, sugerindo retoricamente que Senna seria homossexual em depoimento feito para o jornalista Eloir Maciel, que igualmente compunha a equipe esportiva do Jornal do Brasil.

A matéria no dia 09 de março intitulada: "Piquet reabre guerra particular com Senna" ditava a declaração contundente e relacionava a sutileza de Ayrton Senna ter demitido Américo Jacoto Júnior, seu assistente pessoal e, subsequentemente, ser visto com uma modelo no final do ano anterior. Após as alegações, a repercussão do caso foi irreversível e suas consequências ainda perduraram por muitos anos. Rodrigues (2004, p.229,230) relata que a Torcida Ayrton Senna (TAS), organização dedicada ao piloto, solidarizou-se com a situação e partiu diretamente em defesa do ídolo, reacendendo de vez rixas contra piquetistas, queimando fotos de Nelson Piquet. No exterior, a polêmica, porém, não teve nem um terço da força causada pela mídia brasileira, sendo repudiado pela confraria de mecânicos, pilotos e chefes de equipe.

Depois desta cadeia de desgastante episódios, desmanchando-se em um processo movido pelos advogados de Senna, os dois eventualmente enterraram completamente toda a civilidade que poderiam ter um com o outro, preferindo isentarem-se de quaisquer outras polêmicas que pudessem elencar uma nova discussão ligadas às duas imagens, seguindo

exatamente assim até a morte de Ayrton, em 1994 e, à posteriori, continuar a ser uma mediação comparativa na perspectiva jornalística, esportiva e pessoal. Apesar de sistematicamente estes brasileiros representarem interesses e comodismos relacionados a uma visão horizontal da expressividade, é inegável a contribuição e a exemplificação do caso como um artefato do poder da atuação da mídia em potencializar ou flexibilizar narrativas a ponto de elencar certos requisitos, visando incitar de forma subliminar uma preferência de uma imagem pública - como um atleta - em detrimento da outra, sendo cultuado, modificado e encaixado processos até alcançar um padrão correspondente, obtendo ressignificações de interesses não apenas sociais, mas do próprio bel-prazer da imprensa.

4.2 A abordagem da imprensa esportiva: Os tricampeonatos em 1987 e 1991

É uma verdade praticamente universal dentre os jornalistas, comentaristas e fãs da Fórmula 1 que Ayrton Senna e Nelson Piquet tinham divergências no tocante à personalidade, compostura e flexibilidade dentro do mesmo círculo esportivo, em parte por pertencerem a gerações e a idealizações diferentes do que é ser profissional do automobilismo. Não obstante, é possível também encontrar certos pontos de intersecção que, ao serem propriamente analisados, revelam conjunturas semelhantes, rotas repetidas em questões ligadas à centralização do início de ambas as carreiras, os momentos de glória e, é claro, o começo do declínio. Citado isso, será proposto uma análise prática sobre a atuação dos principais veículos de comunicação esportiva sobre uma dessas circunstâncias, desta vez sobre a cobertura dos tricampeonatos conquistados pelos brasileiros - Piquet em 1987 e Senna em 1991 - tal qual a reação produzida e ações conjuntas que estimulam, através de construções ideológicas presente em artigos de jornais e programas televisionados que revelam o surgimento de uma suposta “linha preferencial" em detrimento de piloto a outro.

É válido ressaltar que a escolha da observação destes títulos é mais do que um objeto de comparação: é também uma caracterização dos últimos bons resultados que brasileiros obtiveram, como iguais, na Fórmula 1. Inclusive, até mesmo compartilham, de certa forma, um elemento em comum que se é atribuído o mesmo abalo em uma suposta supremacia: o surgimento da nova estrela chamada Michael Schumacher simbolizou o começo de um declínio, um ponto sem retorno, afinal, Piquet aposentou-se devido aos decepcionantes resultantes de outras equipes que passou após o último título - Lotus e Benetton, já “inferiores” e sendo substituído pelo piloto alemão -, enquanto Senna passou a perder, a partir

de 1992, relevância e favoritismo em oposição a Schumacher, ganhando um novo rival à altura e vencendo corridas exponenciais até a sua morte, em maio de 1994.

A primeira análise é sobre a conquista do tricampeonato de Nelson Piquet, no Japão, durante o Grande Prêmio de Suzuka, em novembro de 1987. Na temporada daquele ano, Piquet e o inglês Nigel Mansell disputavam uma rivalidade acirrada e marcada pela mesma equipe da Williams-Honda pelo primeiro lugar no torneio mundial. Ayrton Senna chegou a liderar brevemente o campeonato, mas problemas constantes envolvendo seu carro Lotus o levou a perder a posição, terminando o fim daquele ano em terceiro lugar. Em contrapartida, o "leão" Mansell sofrera um acidente no dia anterior da penúltima prova, em Suzuka, durante o treino oficial, impossibilitando-o de competir no dia seguinte. Piquet, desta forma, foi considerado o campeão por antecipação - com um total de 73 pontos isolados do segundo e terceiro lugar, respectivamente.

No dia seguinte, na corrida oficial, Piquet acabou abandonando a corrida por problemas no carro, enquanto Gerhard Berger, da Ferrari, e Ayrton digladiavam-se pelo primeiro lugar - vitória do primeiro, com louvor. Como sempre, a Rede Globo de Televisão, pelas enunciações do jornalista e comentarista Galvão Bueno, acompanhou de perto a oficialização do terceiro título já anunciado de Piquet. O discurso narrativo, pejado de enunciações, assinalavam dois fatos interessantes: a primeira, era a performance feita por Ayrton Senna na corrida. Mesmo sem condições de ganhar, Galvão Bueno destacava mais as ultrapassagens, o controle e o "brilhantismo" do piloto do que para o próprio campeão do campeonato - que chegou a disputar o terceiro lugar na corrida com Senna antes de sair da pista. O segundo fato foi a "comemoração" elaborada pela emissora e apresentada por Bueno ao final da corrida. Nela, o comentarista chegou a pedir "permissão" a Nelson Piquet para homenageá-lo e "agradecê-lo" pela conquista. Corta-se para um rápido "VT" de takes alternados - embalado pelo Tema da Vitória, composto pelo grupo Roupa Nova - com imagens de Piquet e de seu carro Williams ao longo do Mundial de 1987. Enquanto as imagens transcorreram pela tela, Bueno destacava o talento brasileiro no automobilismo e o quanto " a temporada fora sofrível, difícil."

Aos jornais da época, a edição do dia 02/11/1987 da Folha de S.Paulo assinalou mais a vitória de Gerhard Berger, seu triunfo resgatado pela Ferrari após 37 corridas sem vencer pela Itália, a menção ao segundo lugar de Senna e apenas uma rápida citação por ter vencido o tricampeonato por antecipação. Na edição do dia 16/11/1987, a última corrida da temporada, o jornal elaborou uma matéria sobre a desclassificação de Senna na Austrália e

um comentário de Piquet - agora, já nomeado como campeão - sobre o favoritismo de Berger para o mundial de 1988.

Ao jornal O Globo, em 02/11/1987, a matéria de provocação e os protestos de Piquet sobre a atitude Senna na corrida ganhou muito mais espaço do que a menção ao seu tricampeonato. Na cobertura do Grande Prêmio da Austrália, em Adelaide, na semana seguinte, novamente o espaço maior sobre a seção de esporte era sobre Ayrton Senna em matéria assinada por Renato Prado: ele (Senna) estava frustrado pelo baixo desempenho da Lotus, sobretudo por ter sido desclassificado na última corrida, enquanto a Nelson era-lhe reservado uma nota simples, onde mencionava o excelente ano do automobilismo para o Brasil - um primeiro lugar com tricampeonato - e o terceiro lugar de Senna.

Para o jornalista da revista esportiva Placar, Juca Kfouri, que circulou nas bancas em 09/11/1987, não importava se Piquet era considerado “antipático” ou “impatriótico, o tricampeonato representava naquele momento a solidificação do que chamou de “o melhor piloto da história brasileira, repleta de contradições.” Na mesma edição da revista, Lemyr Martins inferiu uma rápida, mas contundente análise sobre a trajetória de Piquet até o terceiro título, mencionando sua discrição sobre a vida pessoal, cujo perfil era “indecifrável” por estar envolvido em diversas polêmicas, mostrando, desta forma, multifacetado nas apresentações da Fórmula 1, classificado como um “obstinado”, "perfeccionista", “egoísta” “apressado” e até mesmo “suicida” por colegas de trabalho.

A segunda análise a ser feita, é sobre a mesma abordagem da imprensa esportiva, desta vez debruçando-se sobre o terceiro título mundial de Ayrton Senna, utilizando as mesmas fontes de pesquisas. Dado o contexto, em 1991, Senna já era considerado como um dos maiores astros e representantes esportivos desde Pelé. Em 1988, na conquista de seu primeiro título na categoria, 71% dos torcedores brasileiros consideravam Senna como esportista número 1 e, em 1992, o mesmo se encontrava entre as 10 personalidades mais conhecidas no mundo (SANTOS, p. 5, 1994).

Assim como se acometera com Piquet em 1987, o Grande Prêmio de Suzuka também foi essencial para a definição do título foi definido matematicamente desta vez em favor de Senna, líder com do campeonato, que também disputava a rivalidade com Nigel Mansell, em sua Williams - Renault. Contudo, ao tentar fazer uma ultrapassagem, Mansell perdeu o controle do carro e ficou fora da prova, novamente perdendo um campeonato para um brasileiro. Desta vez, a transmissão feita pela Rede Globo de Televisão, a narração eufórica e enérgica feita por Galvão Bueno ao anunciar a plenos pulmões o título de Senna, exaltou o momento, potencializando e elevando a expressão do seu discurso, enumerando predicados

que sustentaram a ocasião, por exemplo, ao ditar que Senna tinha “toda uma vida dedicada a esse instante” ou de ser um “gênio do esporte internacional” , se preparando para tornar-se “no maior ídolo do esporte da velocidade.” Em conjunto, as câmeras acompanhavam Ayrton na tradicional última volta, focalizando a bandeira do Brasil erguida que segurava com sua mão esquerda. Foram 8 minutos ininterruptos entre a volta da vitória e a subida ao pódio, a todo instante sempre envoltos da imagem da McLaren de Senna combinada com o “Tema da Vitória” - um simbolismo que acabou sendo fundido subsequentemente a uma das marcas do piloto.

A matéria do dia 21/10/1991 da Folha de S.Paulo conta uma foto grande de Ayrton estampando a primeira página, alto no pódio, banhando-se em champanhe com a seguinte chamada: “Senna é tricampeão; piloto faz desabafo após o título.” O “desabafo” em questão era sobre as políticas internas dos emissários da FIA sobre os campeonatos de 1989 e 1990. Em 89’, Senna acabou sendo desclassificado na corrida que lhe daria o segundo título em um acidente conjuntamente com Alain Prost e em 1990, para garantir que venceria novamente o francês, causou uma batida na penúltima prova. Sendo esta uma polêmica que poderia prejudicar os próximos passos do brasileiro no esporte, o enviado especial, o jornalista Mário Andrada e Silva tratou a situação com eufemismos, principalmente ao citar que o piloto sofreu diversas “injustiças” pela comissão. A edição ainda traz uma reportagem de Flávio Gomes, na qual ressalta que a vitória de Senna era um “divisor de águas” de alguém que estava tornando as conquistas em uma espécie de monopólio. Além disso, a sua obsessão em perseguir recordes e vencer corridas foge à compreensão.” para quem observa-o de perto.

No jornal O Globo, no dia 21/10/1991, outra vez a imagem de Senna no pódio em primeira página, a chamada fazia alusão ao ato de “cavalheirismo” ao permitir que seu companheiro de equipe, Berger, ganhasse a corrida em Suzuka na última curva. A matéria de Celso Itiberê ressaltava a superioridade de condução de Ayrton sobre os carros e equipamentos considerados favoritos da temporada - os Williams - Renault -, a participação efetiva dos torcedores japoneses, saudando o brasiliero como um compatriota e a reação da torcida nacional que acompanhava de perto na madrugada. Nesta reportagem, Itiberê condecorou o título de “melhor piloto brasileiro de todos os tempos”, pois além de ser o mais jovem piloto de Fórmula 1 na época a ganhar três campeonatos, seus números acumulados de vitórias e *pole positions* excediam aos resultados de Nelson Piquet e Emerson Fittipaldi.

Após a apresentação dessas análises, podemos obter uma visão panorâmica da relevância destes dois brasileiros na mídia. Possivelmente, o distanciamento de Piquet e suas ações que resumiam um zelo pela privacidade individual ocasionaram naturalmente um

“eclipse” sobre o fenômeno que Senna estava construindo e mantendo ao longo das temporadas. É válido também citar que a popularidade e a aproximação deste com o público culminou em uma lealdade em translação a sua imagem, unida, é claro, a Fórmula 1, e que não aconteceu com Piquet, essencialmente competente, cujo conhecimentos técnicos, no entanto, pouca serventia suficiente para ser “vendido” pelos processos midiáticos. Para mergulhamos mais a fundo sobre um dos pontos chaves desta pesquisa, no capítulo a seguir, será a vez de observarmos de quais maneiras a projeção da figura de Ayrton Senna deslocou-se para atender ao mercado publicitário e do marketing, e de como essa influência estimulou em uma concentração maior do que se era esperado.

5. A COMUNICAÇÃO SOCIAL E O MARKETING DE PATROCÍNIO: A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM E MARCA "AYRTON SENNA"

Há de se dizer que os processos comunicativos subalternam-se aos novos preceitos da mídia integrada. O alcance de transmissão de produtos massificados, precipuamente, começando pela televisão (e, agora sendo liderado pela internet), acentuou-se a focalização de agentes na noção do seu público-alvo e do mercado. Sendo assim, certas centralizações que uma vez pensava-se serem restritas, acabam por serem estendidas, aglutinando uma massificação visando satisfazer necessidades que até então eram-se "desconhecidas". O esporte, como já apresentado, é o principal exemplo de uma nova integração das ferramentas da comunicação, sobretudo quando acaba atrelado - vagarosamente ou gradualmente - a uma realidade de certa forma apoderada pela comercialização. Corrêa e Campos (2008, p.8) citam a influência e a "espetacularização" da indústria do esporte como uma ação capitalista a fim de "amontoar" convenções populares.

> O Estado também passa a usar do Esporte em busca de popularidade e projeção internacional. Unido à mídia corporativa, interessada em mais espaço e lucro para seus patrocinadores, o Esporte sofre intensas transformações, sobretudo na forma como é transmitido. Acentua-se o caráter espetacular das competições, o que se torna visível através da presença de telões nos estádios, existência de canais de televisão especializados no assunto, aumento da prática de "esportes da moda" e extrema valorização e influência social dos atletas mais bem sucedidos. (CORRÊA & CAMPOS, 2008, p.8)

Graças a processos complexos que se iniciam em uma conjuntura de consumidor e entretenimento, sobretudo pelo retorno rápido que se é dado pelo público, é neste contexto que condensa-se nas ramificações do chamado "marketing esportivo". Para Cardia (2004, p.21 apud. DORNELLES, 2006, p. 15), este conceito pode ser analisado e discutido sob duas facetas: o primeiro é o "processo pelo qual se suprem necessidades e desejos de entidades esportivas através da troca de produtos e valores com seus mercados." e o segundo interliga diretamente torcedores e consumidores, em um "processo social e gerencial pelos quais os indivíduos e grupos têm seus desejos e necessidades atendidas por meio de transações com o fim de lhes trazer satisfação." Ademais, isso é um compasso que eventualmente irá demandar um crescimento maior dos empresários quando testemunharam a chamada "globalização do marketing" em um novo suporte que é capaz de expandir seu público-alvo ao romper barreiras culturais e linguísticas (SOUSA, 2008, p.19) e, é claro, para utilizar o esporte como veículo midiático.

Desta maneira, é possível afirmar que o êxito de esportes que possuem algum espaço/relevância na mídia, auxiliam na exposição de novos caminhos sobre produtos que até então não se tinha tradição. A partir do marketing esportivo surge um novo segmento - o patrocínio esportivo, que é lançado e "usado" pelas empresas, sendo impulsionadas justamente pela disseminação nas transmissões dos eventos, sendo lidos desta vez como verdadeiros propulsionadores de “negócios”, aspirando em um alcance e um retorno maior, seja na agregação de sua marca aliada ao conjunto de valor popular, “seja para veicular sua marca ou produto na mídia e como conseqüência conquistar novos mercados e clientes.” (CORRÊA e CAMPOS, 2008, p.17).

Cabe dizer que as manifestações de patrocínios e anunciantes tendem a adaptar-se conforme com o universo escolhido e relevante. Conforme Thomazi (s.d, p.9) retrata, “as marcas patrocinadoras de esporte procuram espaços visíveis onde estiver disponível. Nos uniformes, acessórios, equipamentos e também nos locais de maior visibilidade dentro do evento.” Através destas práticas, os investidores conseguem atingir o propósito da divulgação, especialmente se o produto em questão estiver atrelado à uma imagem atual de sucesso no mesmo âmbito: “a marca também é relacionada com o sucesso do atleta, com a vitória do clube e do próprio evento esportivo. Quando o atleta, o clube ou equipe são vitoriosos, a marca também é vitoriosa” (THOMAZZI, s.d, p. 9)

O automobilismo, que conquistou seu espaço como um sucesso estrondoso ao redor do globo, também utilizou e utiliza-se até hoje os mesmos artifícios (por mais que a autenticidade inicial fosse usurpada por outros métodos, diga-se de passagem) de patrocínios na construção representativa das equipes e dos pilotos - este que tornaram-se verdadeiros “outdoors humanóides” ao desfilarem, além do próprio espaçamento do carro, com macacões exibindo as marcas. Gonçalves (2012, p.280) percebe a Fórmula 1 como um “esporte que tem por um de seus principais objetivos a divulgação de marcas de consumo de grandes multinacionais, só pode realizar-se através dos media”, sendo dependente “principalmente da Televisão, divulgadora por excelência desse esporte.” para ser vista e permanecer na mente do consumidor. Outrossim, a força alternativa de propagação midiática neste esporte transformou-se em uma variável pela diversidade de patrocinadores conquistada. Conforme Barreto (2006, p.32) cita, “esta diversidade de patrocínio faz com que a Fórmula 1 se transforme em uma das maiores vitrines ambulante do mundo, capaz de vender várias marcas de diversos segmentos, ao mesmo tempo.”

Podemos destrinchar um novo valor de atribuição quando o assunto é estabelecer a relação intrínseca entre os patrocinadores e atletas, cujo fatores desenrolam-se em uma

verdadeira cadeia mútua necessitada de um gerenciamento da identificação entre o esportista e o público, e ao mesmo tempo garantir uma prospecção assegurada e alicerçada do patrocínio e do atleta um comprometimento seguido a alguns predicados, como por exemplo a "seriedade, determinação, também passar a imagem de batalhador, sensível, de respeitar os atletas concorrentes e da equipe e conquistar a simpatia do público." (FARIA, 2008, p.19), tudo isso, em aliança com a midiatização, potencializa uma solidificação na composição sistemática e em sintonia, gerando um alto retorno para os envolvidos e nas trajetórias.

5.1 A semeadura da imagem de Ayrton Senna através da publicidade

Uma vez compreendidos como os conceitos do marketing e o patrocínio esportivo funcionam, podemos adentrar em uma análise do apelo comercial, inicialmente comportamental e de participação de peças publicitárias que o piloto Ayrton Senna obteve desde o início da sua carreira na Fórmula 3, em 1982, e até ser permeado das principais marcas fidelizadas veiculadas à sua imagem, dando sequência como profissional de Fórmula 1. É interessante fazermos um mapeamento das campanhas que Ayrton envolveu-se porque usaremos isso como elemento preliminar para a projeção da sua própria marca, organizada somente na década de 1990.

Antes mesmo de ostentar rótulos de "garoto propaganda" das principais marcas que estariam lado a lado com ele, logo após seu deslocamento para a F-3, em 1982, Senna tinha a consciência de que era imprescindível encontrar patrocinadores para a sua trajetória conquistava um espaço tratando-se de patrocínios nacionais e internacionais. A Pool jeans e a extinta instituição financeira Banerj conduziram o piloto durante suas apresentações nas subcategorias do automobilismo. Até mesmo a fábrica de brinquedos nacional, Estrela, lançara no mesmo ano, uma linha de brinquedos autoramas (Figura 1) com seu nome, partilhando a peça publicitária com Nelson Piquet, que já tinha sua versão para o famoso brinquedo[41].

[4] Os seguintes parágrafos foram desenvolvidos com base no site terceirotempo.uol.com.br. Disponível em: https://terceirotempo.uol.com.br/noticias/ayrton-senna-que-completaria-59-anos-foi-garoto-propaganda-antes-mesmo-de-estrear-na-f1. Acesso em: 04 fev. 2023.

Figuras 1, 2, 3 e 4: Ayrton Senna e sua imagem publicitária

Fonte:(https://www.youtube.com/watch?v=a2kRS8WfU8A&t=98s) Acesso em 04 fev. 2023

Foi somente em meados de 1984, quando o Banco Nacional estava disposto a "relançar a marca" utilizando-se de uma estratégia simples: um rejuvenescimento e um novo alocamento dentro do mercado brasileiro, buscando uma maneira de popularizar ainda mais a empresa através do esporte - visto que anteriormente o time de marketing obteve êxito em um pioneiro patrocínio de times de futebol do Rio de Janeiro - encontrou no jovem estreante Ayrton Senna uma exímia oportunidade para apostar em uma exclusividade para além dos macacões, uma parceria que durou 10 anos e foi a principal empresa a corresponder à marca símbolo do piloto nacionalmente. Em 1991, estimava-se que, somente pelo patrocínio condecorado pelo Banco Nacional, Ayrton faturava um milhão de dólares apenas por manter o boné com a logo da instituição em coletivas de imprensa (RODRIGUES, 2004, p.113-368).

Enquanto isso, no exterior, boa parte do retorno financeiro que o piloto conquistou nos campeonatos foram as marcas das empresas de tabaco (cujo patrocínio fora abortado nos anos 2000), estando presente nos carros, capacetes e nos uniformes. Três das quatro equipes das quais fez parte - Lotus, McLaren e Williams - ostentavam, pelo menos, uma marca de cigarros oficialmente. Na sua chegada à equipe da Lotus, em 1985, já protagonizou

propagandas para a John Player Special e da Camel. Em uma delas, no mesmo ano, um comercial mostrava imagens alternadas entre o piloto, se preparando para mais uma corrida, enquanto os torcedores nas arquibancadas vibravam com o cigarro em mãos. À posteriori, acabou incorporado no branco e vermelho da Marlboro juntamente com a nova equipe, McLaren. Em 1994, seu último ano na Fórmula 1, a marca da vez foi a extinta britânica Rothmans.

A relação híbrida de Senna e dos combustíveis Shell também tornaram-se imagens essenciais, essencialmente por estarem conexas com as vitórias do piloto durante os tricampeonatos conquistados. Em uma série de comerciais nacionais e internacionais, Ayrton explorava seu individualismo coligado com a semióticas da F-1, em ações ora despojadas, ora na esfera profissional. Do mesmo modo que a relação com o Banco Nacional fora proveitosa, a relação da Shell foi igualmente promissora. Segundo um dos mais importantes nomes do marketing esportivo, Peter Vader cita que a influência dada pelo brasileiro durante a formação e espaço da empresa Shell Brasil foi imensurável e, apenas pelo fato de estar associado com a imagem popular e carismática de Senna na época, já era uma certeza de desempenho conveniente para a empresa (RODRIGUES, 2004, p.369). Destarte, Schuh (2021, p. 78) observa que o contato direto do piloto com as propagandas, mesmo de formas niveladas, aguçava "esta relação entre ídolo e produto, entre personagem e item de consumo, o público via-se induzido, direta mas discretamente, a fazer o que seu objeto de admiração também fazia – ou, neste caso, consumir o que ele evidentemente consumia."

Outras entidades também começaram a acompanhar o piloto ao longo dos campeonatos seguintes: a fabricante de relógios suíços Tag Heuer, a indústria têxtil alemã Hugo Boss, os equipamentos automotivos Kenwood, etc. garantiram espaço em seu uniforme e seu capacete amarelo - idealizado pelo design brasileiro Sid Mosca. Tais marcas estilizadas como "elitistas", ou seja, longe das noções do pertencimento do público comum, foram alianças catalisadoras para a promoção de sua imagem como profissional, muito embora não exatamente suficientes, já que Ayrton atinava outros planos para uma marca que seria mais próxima do torcedor brasileiro.

5.2 A marca "Senna"

É importante citar, mormente, sendo a figura potencial de Ayrton Senna em constante evolução e acabava-se por desprender-se dos limites esportivos, passou-se a considerar a

figura pública do piloto e a figura esportiva - apesar de poucas divergências sobre a persona - tornou-se fundamental estar sob a égide da mídia. A isto, apresentamos o conceito de "marca do atleta", que pode ser definida como "a persona pública de um atleta individual que estabeleceu o seu próprio significado simbólico e valor no mercado, através do uso do seu nome, imagem ou outros elementos." (Arai et al., 2013; Arai et al., 2014, apud NEVES, 2021, p.14). Através da unificação entre o esportista "celebridade" , o público leal que o acompanha, bem como os valores que acabam sendo cristalizados ao redor dos feitos, se há uma projeção promissora para que se haja um plantio, primeiro da persona como atleta, e segundo como uma proliferação da influência desta persona, que ultrapassa os âmbitos sociais.

No início de 1991, Ayrton Senna se preparava para lançar oficialmente no mercado a *Ayrton Senna Licensing e Participações,* "empresa criada por ele para explorar, de forma profissional e abrangente, o uso comercial de seu sobrenome", apostando em variados produtos (indo de eletrônicos mais sofisticados para automóveis e aparelhos tecnológicos, até produtos de uso pessoal, como relógios e produtos de higiene, por exemplo) impactantes e ousados para corresponder à natureza jovial e competitiva do piloto, visando colocar a marca entre as "15 mais prestigiadas do planeta." (RODRIGUES, 2004, p.364 e 366). De acordo com Petrônio Corrêa Filho, vice-presidente da MPM Propaganda entre as décadas de 1980/1990 e sócio da ASLP (o que veria ser no futuro veria ser, inicialmente, a marca "Senna" e, posteriormente, seria o firmamento para o Instituto Ayrton Senna), o objetivo era criar uma marca que significasse o piloto através de personificações "de velocidade, arrojo e modernidade." refletindo até mesmo na produção da marca, o "esse" estilizado de Senna, inspirada na curva de Interlagos.

Entrementes, houve também o lançamento do personagem infantil *Senninha* no começo de 1994, criado por Rogério Martins e Ridaut Dias Jr e idealizado pelo piloto, foi um protagonista de uma série animada e até de revistas em quadrinhos direcionadas para o público infantil e infanto-juvenil. Um projeto moldado com as características físicas - e até pessoais de Ayrton Senna. Com este produto, "o tricampeão pretendia passar para as crianças alguns de seus valores, como determinação, motivação e superação." (FRANÇA, R; CHAGURI. L.F, SD) e influenciar positivamente as próximas gerações.

Todas estratégias de lançamento da marca, incluindo a persistência em associar os produtos e os elementos em um viés tecnológico e exclusivo, mascararam por um breve momento um dos principais motivos para tal. Segundo Rodrigues (2004, p. 515), o processo era indiretamente um indicativo à aposentadoria precoce de Senna, pretendendo em algum

momento daquele ano voltar suas atenções cada vez mais para os negócios. No entanto, a morte prematura do piloto meses depois ocasionou a reconfiguração de todo planejamento, afastando-se relativamente do sentido capitalista e inclinando-se para a filantropía como veremos no tópico a seguir.

5.3 A manutenção da "marca" e "produto" Ayrton Senna

Não é de hoje que as configurações em torno de uma - ou várias - figuras que uma vez estiveram presentes e que obtiveram certo valor social, sejam elevadas ao passar dos anos como exemplificações tênues para um espaçamento de sentimentos ou lembranças perpetuadas, podem ser envolvidas em âmbitos materiais ou imateriais. As esferas imateriais manifestam-se através da conservação de suas obras (como a música ou a literatura, por exemplo) para serem usadas como representatividade da genialidade, cuja finalidade é ser amparada pelas próximas gerações, como se fosse um testamento deixado por um legado antigo. Já as esferas materiais apresentam-se em uma nova realidade no sentido de espaçamento físico da palavra (como os museus ou instituições), que igualmente serve como elemento de preservação, muito embora, podemos atestar uma amplitude muito mais além de ressignificações que estejam ligadas somente a uma "herança" de ações, sendo promovidas a uma espécie de "arauto", uma memória a qual situa-se ao mesmo tempo presente e não presente.

Nos anos que seguiram-se seu auge, a imagem de Ayrton Senna já era uma referência e um dos poucos motivos para orgulho nacional, haja vista que este período fora assolado por uma série de exclusões e deficiências sociais e de distribuições de renda, além de uma inflação interminável, advinda de gestões anteriores (ANTUNES, 2001, p. 64). Para tanto, tendo consciência das árduas situações socioeconômicas concentradas pelo país, surgiu um "inconformismo" para lutar contra essa força inerente. As vastas doações anônimas que sempre articulava, passaram a ganhar um caráter armado de um possível projeto mais abrangente e duradouro (RODRIGUES, 2004, p. 605).

Em 1994, logo após o trágico acidente em Ímola, a família Senna criou a ONG de associação civil, "Instituto Ayrton Senna" (IAS), que concretizava este desejo antigo do piloto de ajudar o Brasil a atenuar as desigualdades, tendo como foco a criação de oportunidades para o desenvolvimento humano e escolar de crianças e jovens do país, contendo diversos programas assistenciais. Presidida atualmente por Viviane Senna, irmã do piloto, o IAS é um espaço filantrópico, sem fins lucrativos - licenciando o uso das marcas

Senna e *Senninha* como apoio financeiro - constituindo políticas públicas educacionais, de forma contínua atuando em 16 Estados, 570 municípios e beneficiando a educação de mais de 1,5 milhão de alunos[5]. Dez anos após a morte de Senna, e já possuindo relevância o Instituto se tornou "a única organização não-governamental brasileira a receber a Cátedra Unesco em Educação e Desenvolvimento, uma chancela rara concedida a entidades de destaque no apoio ao desenvolvimento humano." (RODRIGUES, 2004, p.605)

Outro uso alentado da imagem de Senna atribui-se a um encontro que tende a penar à nostalgia acomodada no vetor de produtos oficiais, oferecendo tributos através da conquista de vastos "territórios" nas redes sociais para reafirmar uma fundação que desperte, mesmo que subliminar, um avanço da memória. De todo modo, uma das formas que estimulam uma cristalização em torno de um símbolo ou de uma lembrança é um dos fatores imprescindíveis para a carga de agregação de valor, sobretudo quando a figura referencial foi presente no imaginário, sendo otimizado com situações que aconteceram em vida, continuando como entidade indispensável, fundida com outras aspirações, de maneira auspiciosa, recebendo, segundo Thomazi (s.d, p.12) "retorno para a sua marca, atendendo a sua própria estratégia de comunicação, pois a comunidade em geral vê com simpatia uma empresa que se engaja em causas nobres." Isso, no entanto, só obterá êxito e relevância inicial se existir um ponto de intersecção para o elo em comum e de conhecimento coletivo. A partir dessas considerações, entraremos mais a fundo no próximo capítulo sobre o impacto da imagem do piloto na enunciação de sua morte e como isso será fundamental para aceleração da solidificação da sua imagem pública e de herói em uma só alegoria.

[5] Dados disponibilizados pelo site Instituto Ayrton Senna. Para mais informações, acesse: www.institutoayrtonsenna.com.br

6. ÓRFÃOS DE UMA NAÇÃO: A IMAGEM PERDIDA DO ÚLTIMO HERÓI

Inerente à condição humana, a morte é um tangenciamento recaído pela própria natureza do ser. Tal qual uma criança, que teme a escuridão - isto é, não exatamente a falta de luz que a amedronta, mas sim dos devaneios criados pela própria mente, não conseguindo discernir, de fato, o que seus olhos não podem alcançar, assim é o temor do ser humano pela morte, o rompimento abrupto da linha da vida, lançado em um caminho seguido pela individualidade, cujo testemunhas não podem mais acompanhar. Por detrás de simbolismos subjetivos, sempre se é encontrado uma justificativa no sentido de resguardar ou resignar os céticos e atônitos com a finalidade de alentar o inevitável, aludindo, por exemplo a um célebre trecho da obra dramatúrgica *Auto da Compadecida*, de Ariano Suassuna:

> Cumpriu sua sentença e encontrou-se com o único mal irremediável, aquilo que é a marca de nosso estranho destino sobre a terra, aquele fato sem explicação que iguala tudo o que é vivo num só rebanho de condenados, porque tudo o que é vivo morre[26]. (SUASSUNA, Ariano. 1955, p. 36)

Contudo, maior do que as tentativas das explicações, são as atribuições que acabam sendo deslocadas sobre o fenômeno, ou melhor: na transformação da simbologia da morte e as glórias por detrás dela, sobretudo quando se é escolhido um personagem, um herói da narrativa real que acaba por ser vítima deste destino. A esta situação, o antropólogo francês, Vernant (1979, p. 31), concede o termo de "a bela morte", a morte que acaba sendo recusada e que ultrapassa para além dos limites, tornando-se uma imagem que será solidificada através dos tempo, isso porque esta condição é uma das formas a serem apresentadas como uma normalização, é ver e, ao mesmo tempo, não ver o espectro do que um dia foi, mas sim, subentender que o legado foi repassado, pois, será possível reconhecer os arquétipos impregnados na figura mitologizada. Conforme Valle e Telles (2007, p. 4) enfatizam, "a morte pode ser física ou simbólica, mas está presente." e, desta forma, quando se há um representante dos arquétipos na hora da morte, o indivíduo "se torna um mártir, quando renasce a partir de sua própria destruição, o herói triunfa do mesmo jeito."

O herói que uma vez fora escolhido - às vezes, nem pela própria vontade, porém que candidatou-se a atrelar-se uma certa posição, um encaixe que acaba por chocar-se e corresponder a uma expectativa, envolta obviamente de sensações e instigado por uma pulsão - muitas vezes tendo como "combustível" a lealdade de seus "seguidores", lançando-o e

[6] Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5419645/mod_resource/content/1/Auto%20da%20Compadecida.pdf

fortalecendo sua imagem profissional - constantemente incólume - que a depender de como é imposto, lhe é imputado o mesmo condicionamento na vida pessoal. Vernant (1979, p. 41) acrescenta ao dizer que este tipo de estima e honra é "sobretudo ser glorificado: ser objeto de uma palavra de louvor, de uma narrativa que conta, sob a forma de uma gesta, retomada e repetida sem cessar, um destino por todos admirado."

Complementando, é conveniente evoluímos a discussão para os entornos causados graças às transformações ladeadas na comunicação durante o século anterior, cujo obtiveram um aspecto transgressional ao serem incorporados entre o pensamento comum e a impressão elucidadas subliminarmente a ponto de valores e montantes sociais, disfarçados através de uma presença/figura significativa e costumeiramente presente nas midiatizações, terminam-se facilmente reconhecidas a ponto de ser uma pauta em comum nos discursos. A própria mídia atua como extensora, precursora e responsável por adotar medidas ao escolher um personagem ideal " é essencial para sua criação e mesmo o fato de criticá-lo ou ignorá-lo já é um indício da importância desse ídolo, sua grandeza ou mesmo sua morte como herói de uma nação" (MUSSA, 2010, p.10)**.** Torna-se imprescindível ressaltar que a imagética atribuída - antes aos heróis da mitologia clássica - aos atletas e celebridades, envoltos de representar a identidade nacional e, portanto, podemos considerá-los como a nova "roupagem" do herói moderno, culminam por carregar toda uma cultura da normalização da espetacularização, ficando à mercê dos veículos midiáticos (atualmente esta ação desenrola-se principalmente nas redes sociais).

Segundo Matos (1995, p. 87) "o heroísmo convertido em espetáculo pela mídia, porém, tende a dissolver a memória, a recordação heurística e ativa, a reminiscência identificadora de um nós social." Em outras palavras, a banalização que a mídia exerce sob uma determinada situação, causa o distanciamento do comum, modificando preceitos e reflexões buscando reforçar o sujeito escarnecido, essencialmente se é algo que desperta a comoção conjunta, afinal "a mídia transforma a morte - horizonte do heroísmo - em espetáculo, isto é, em entretenimento.", sendo assim, o sensacionalismo e o discurso que a mídia emprega eleva os nuances da realidade e da sensibilidade, estimulando e adensando o espaço para que todos testemunhem a perda diante dos seus olhos, induzindo um alastramento de mobilizações contaminadas pelos constantes holofotes voltados para o ocorrido - o que acaba estando terrivelmente presente nos jornais, revistas, telejornais e, no momento presente, nas redes sociais - , gerando um impacto e histeria exacerbada onde, por um breve momento, todas as atenções estão orientadas para a mesma direção: a sensação do

abandono, a perda irremediável de alguém considerado "insubstituível", enlaçando-o em uma corrente firme e cultuada quase como um transe.

Todavia, tal reação só terá real profundidade se o sujeito reverenciado apresentou uma ligação “especial” (lê-se contribuição) para uma parcela significativa da sociedade, pois só assim desencadeia-se uma potencialização e encorpado de sua figura, principalmente se as causas da tribulação não forem consideradas “naturais”. Uma tragédia, por si só, estimula o despertar dos sentimentos empáticos presentes na constituição de cada indivíduo, restando a polifonia expressa em uníssono, visando atestar e reivindicar a figura que partiu como uma espécie de propriedade coletiva e assegurada em exaltação. De repente, aquele indivíduo que uma vez atestou sua contribuição em alguma área de relevância, morto em sua circunstância, transforma-se em um ser irretocável, sendo assim, muito mais do que o comum mortal, afinal, “o que o herói perde em honras prestadas à sua pessoa viva, ao renunciar à longa vida para escolher a pronta morte, ele o torna a ganhar cem vezes mais na glória de que fica aureolada, por todos os tempos vindouros.” (VERNANT, 1979, p. 39)

Foi-se apresentado no início desta pesquisa, a importância da presença dos mitos-heróis para uma nação, pois são constituídos de uma "impressão digital” da cultura e vice-versa, poucos, aliás, conseguem ostentar o título por muito tempo, não sendo e não permitido serem obnubilados pela presença de adjacentes. A posição de grandeza para essas personalidades são inalcançáveis por diferentes motivações. Para continuarmos a discussão, no próximo item, o objeto de análise será uma revisitação de Ayrton Senna como personagem encerrado bruscamente na mais pura forma da diegética - ou que assim fora explanada.

6.1 Revendo a morte de Ayrton Senna

Ímola, Itália. Domingo, 1º de maio de 1994. Grande Prêmio de San Marino. Um final de semana habitual para os fanáticos, pilotos, equipe e jornalistas esportivos da Fórmula 1 se não fosse a atmosfera sinuosa presente desde a sexta-feira, quando os preparativos para a terceira corrida da temporada começaram. Praticamente todos os veículos na época testemunharam os acidentes simultâneos que ocorreram e que iriam ocorrer naquela pista.

Durante o treino de classificação, o piloto brasileiro - e novato - Rubens Barrichello se acidentara ao bater e capotar o seu seu carro em uma cerca a mais de 200 quilômetros por hora. Talvez pela construção de uma camaradagem que nunca conseguiu ter com Nelson Piquet, Senna “adotou” Barrichello, certo de que ele seria a “próxima estrela” do esporte (RODRIGUES, 2004, p. 514). A preocupação excessiva e a ansiedade causada pelo

acontecimento deixou-o disperso, desorientado pela primeira vez, mas mesmo assim, conseguiu fazer o melhor tempo da corrida de classificação. No segundo dia do treino, ocorrida no dia seguinte, um sábado, o austríaco Roland Ratzenberger perdeu o controle da direção na reta que ligava as curvas de Tamburello e Villeneuve e chocou-se fortemente contra um muro a mais de 300 quilômetros por hora, falecendo no caminho ao hospital.

O jornalista Livio Oricchio do Estado de S.Paulo publicou no dia seguinte um extenso artigo onde refletia que "A Fórmula 1 já estava desacostumada a recolher seus mortos, como aconteceu durante muitos anos.", e que, depois da morte de Ratzenberger, a FIA, pela pressão exercida sobre os pilotos, seria cobrada a tomar providências de segurança. Ainda na mesma edição, o jornalista assinalou a ausência de Senna logo após a confirmação da tragédia, limitando-se a dizer que o brasileiro estava "desconfigurado" e "desconsolado", refugiando-se em seguida com a equipe de engenheiros da equipe Williams e só voltaria a ser visto às vésperas do Grande Prêmio.

No início do domingo, o comportamento do brasileiro continuou a chamar atenção de todos. SANTOS (1994, p. 226), com base nos relatos de terceiros, a atitude anormal do piloto ao chegar nos boxes da corrida - agora recluso, cabisbaixo e silencioso - e comenta que Senna "parecia ter um sentimento íntimo de que seria preciso algo mais do que a sua extraordinária capacidade para superar a prova que estava prestes a iniciar-se." Antes das transmissões de rádio e de televisão começarem, câmeras dos diversos jornalistas presentes conseguiram focalizar, em momentos diversos, as expressões vazias que não passaram despercebidas do Ayrton - aliás, foram essas expressões reveladas após o acidente, enumeradas tragédia após tragédia daqueles últimos momentos de abril de 1994, que captaram o piloto, sempre elogiadíssimo pela sua concentração em treinos oficiais e nas vésperas da corrida, com expressões dispersas e/ou contemplativas

Figuras 5, 6 , 7 e 8: Sexta, sábado e domingo: as reações de Senna

Fonte:(https://www.youtube.com/watch?v=j6F6FCSNwEg) Acesso: 19 fev. 2023

Fonte: (https://www.youtube.com/watch?v=UaQ54BsxzNQ) Acesso: 19 fev. 2023

Fonte:(https://www.youtube.com/watch?v=8h5mYGBU1wo&t=46s) Acesso: 19 fev. 2023

Fonte: (https://www.youtube.com/watch?v=02N5aZJnK7E) Acesso em: 19 fev. 2023

Às 9h00 do domingo, horário de Brasília, a Rede Globo de Televisão começa a transmitir a corrida ao vivo. Com narração habitual de Galvão Bueno, o comentarista passou a destacar as fatalidades e acidentes dos dias passados, torcendo para uma corrida dentro das normalidades. Enquanto Senna garantia a liderança e Schumacher logo atrás, houveram duas batidas envolvendo carros da Benetton e da Lotus na primeira curva da largada. Na passagem da saída pela curva de Tamburello durante a sexta volta, foi registrado o momento em que a Williams pilotada por Senna soltou faíscas com o contato da pista antes de chocar violentamente contra o muro a mais de 250 quilômetros por hora. Galvão Bueno, atento ao desempenho do piloto, descreveu o arauto do acidente enfatizando a enunciação do momento dramático.

> Passa rasgando na reta Ayrton Senna. Seis voltas completadas. Aí ele tenta fazer mais alto seu motor Renault, em relação ao motor Ford. É a parte de maior velocidade. Eles vão atingir os 330 quilômetros POR HORA! (RODRIGUES, 2004,p. 533)

Por um breve momento, a corrida foi interrompida já na sétima volta. De um plano alto, as câmeras focaram no carro de Senna completamente estraçalhado enquanto a equipe médica chegava ao *cockpit* para resgatá-lo. Com a voz embargada, Galvão acompanhava o socorro na pista, ora indignado com comentários mais pessoais do que técnicos sobre a ação proposta pela FIA em 1994 sobre a regulamentação e a mudança dos carros, ora atônito, sem reação, mas deixando o silêncio ser preenchido ao mesmo tempo em que o corpo de Senna era colocado sobre o asfalto e transportado de helicóptero para o hospital de Bolonha dezessete minutos após o acidente. Em tom caótico e fora do ritmo normal, a corrida recomeçou com uma nova largada durante uma hora e meia com vitória de Schumacher.

Boletins extra-oficiais e plantões repercutiram e foram divulgados ainda durante e após a corrida. Em um deles, Senna estava internado na UTI em extrema gravidade, em coma por conta de lesões cerebrais, neurológicas e fraturas no crânio irreversíveis que evoluíram para morte cerebral. Às 14h05, novamente no horário de Brasília, o jornalista Roberto Cabrini, correspondente que acompanhou todas as atualizações do acidente, anunciou ao vivo via telefone que os órgãos vitais do piloto finalmente falharam: “Uma notícia que a gente nunca gostaria de dar: **morreu** Ayrton Senna da Silva.”

Com o adentrar das próximas horas, multidões se aglomeraram em frente a sede da TAS e na casa dos familiares de Senna em Pacaembu, São Paulo, em busca de novas orientações. O então Presidente da República, Itamar Franco, decretou luto oficial de três dias, com a nota oficial dizendo: "Sofro com toda a nação a morte de um jovem **corajoso** e

honrado, que demonstrou ao mundo a **capacidade de uma gente**[7]" A consternação incrédula e desconcertante rapidamente tomou conta do país e, para além do esperado, os veículos informativos da comunicação que acompanharam toda a trajetória profissional - e pessoal - de Senna, iriam conduzir pela última vez um espetáculo físico e não físico prestes a acontecer conforme será analisado no próximo item desta pesquisa.

6.2 A morte de Ayrton Senna no viés da imprensa

O grande cenário do século XX foi globalmente crucial para a elaboração de novos meios de comunicação sustentados pelos indivíduos. Comunicar significa transmitir uma mensagem. Nesse viés, a televisão com toda a sua programação voltada a atrair cada vez mais telespectadores, influencia, direta ou indiretamente na absorção de mensagens comunicacionais que são propagadas diversas vezes – mesmo sendo de uma maneira subliminar. Desta forma, para TARTAS (2019, p.62) essa sublimação dos "principais veículos jornalísticos brasileiros, dominantes em seus próprios meios de atuação, mas também dominantes em todo o espaço social brasileiro" é uma das chaves principais para "intervir na construção da identidade nacional brasileira."

O típico programa dominical *Fantástico*, da Rede Globo, deu início às coberturas jornalísticas - e a espetacularização - sobre o acidente fatal na curva de Tamburello. Exatamente às 20h30, o novo programa reformulado, improvisado e operado praticamente ao vivo, entrou ao ar com imagens alternadas dos momentos de Senna e sua carreira, o momento do acidente e seu corpo sendo carregado até o helicóptero. O corte abrupto para o estúdio, sem emendar o som, os jornalistas Fátima Bernardes, Celso de Freitas e Sandra Annenberg encontravam-se organizados na bancada em conjunto. O *zoom* aproximado de Celso de Freitas deu o tom do drama conforme introduziu: "a toda velocidade na liderança de um Grande Prêmio. Assim, do jeito que sempre viveu, sem medo do perigo, a caminho de uma nova vitória, o tricampeão Ayrton Senna da Silva encontrou a morte aos 34 anos de idade."

O programa, com duração média de 1h15, dividido em seis blocos, salientou as primeiras reações da morte do brasileiro pelo país, como o registro das torcidas unidas dos times do Flamengo e Vasco da Gama, que encontravam-se no Maracanã, respeitaram um minuto de silêncio quando a morte foi oficializada e entoaram, logo depois, o coro de: "Olé, olé, olé, olá. Senna, Senna!" Em continuidade, a reportagem relembrava o sentimento de

[7] Para ler fragmentos da declaração oficial, disponível em: https://www.grandepremio.com.br/25-anos-sem-senna/noticias/presidente-itamar-franco-divulga-nota-de-pesar-de-toda-a-nacao-por-morte-de-jovem-corajoso-e-honrado-senna/. Acesso: 17 fev. 2023

representatividade do piloto na visão do consciente coletivo, embaladas pelo sentimento nostálgico e melancólico, como o entrevistado e ex-mecânico da Toleman, Jefferson Magno evidenciou: “aquela emoção da gente sentir o Senna vencendo, a musiquinha tocando, da vitória. Era uma coisa que mexia com a gente, que trazia o sentido diferente para o final de semana, uma alegria maior para todos os brasileiros.” O cantor e compositor Milton Nascimento, em um trecho de seu show disponibilizado para o programa, dedicou a performance “Canção da América” à memória de Ayrton Senna.

Comentários e reações dos profissionais da Fórmula 1, como Jackie Stewart, Niki Lauda e os rivais Alain Prost e Nelson Piquet, também foram registrados. Piquet, ligeiramente descompensado, avaliou momentaneamente as possíveis falhas mecânicas desempenhadas durante a curva. Na sede da TAS, onde se concentrava a maior parte dos fãs leais ao piloto, pesarosos, sinalizaram as primeiras movimentações do impacto causado pela perda na negação: "A gente colocou ele num pedestal. E a gente achava que ele (Senna), era inatingível, que nada aconteceria com ele." Antes mesmo do corpo chegar ao Brasil, já se falava da construção de um memorial, conforme um fã especulou: "Nós não vamos deixar ele ser esquecido como acontece com tantos ídolos nesse país." e que Ayrton merecia ser "lembrado por muitos e muitos anos, por outras gerações." A sensação trágica e de desamparo continuou a liderar o teor enternecedor da cobertura no tocante às ações dos brasileiros perplexos, fãs ou não-fãs . Nos últimos momentos do programa, Celso de Freitas assinalava que a perda era maior porque Senna foi “um brasileiro que deu certo em um país em que as coisas custam a dar certo.” enquanto, para dar a deixa para o corte final da edição, Sandra Annenberg completava: “a imagem que fica é de um supercampeão, um herói nacional, o nosso Ayrton Senna.” A edição do dia terminava com mais uma sessão de clipes do piloto, embalado ao som do “Tema da Vitória”, firmando, ali, como se a trilha sonora fosse o tema de vida do piloto e vice-versa.

Na segunda-feira, logo pela manhã, os principais jornais do Brasil enchiam as primeiras páginas com manchetes gritantes, tais comos: “Morte de Senna abala o país” (Estado de S.Paulo), “Brasil perde Senna” (O Globo) e “Acidente mata Ayrton Senna” (Folha de S.Paulo). Em praticamente todas as edições, refletia a indignação por detrás das matérias escritas, seja para criticar diretamente às ações propostas pela FIA, seja para ressaltar a importância e espaço que o brasileiro conquistou, assim como a coluna do cronista Raul Drewnick, cujo texto repleto de enunciações simbólicas do heroísmo inflado com uma realidade vivenciando um instante caótico à mercê da subalternização generalizada: “você (Senna) era o sucesso que não tínhamos, a imagem que queríamos, a afirmação que

buscávamos (...) você nos honrou em todos os cantos, em todas as pistas, em todas as partes do mundo.” Situações e discursos como este, repetiram-se imensamente por toda coletânea da imprensa escrita. Rodrigues (2004) explica sinuosamente o pretexto:

> O impacto do acidente de Ayrton Senna provocou outro fenômeno raro nas redações. A maioria dos jornalistas, entre eles muitos que jamais tinham escrito uma linha sobre automobilismo, teve um impulso imediato de correr para a redação - e escrever alguma coisa sobre aquele pesadelo que começava a tomar conta do país. (RODRIGUES, 2004, p. 561)

Voltando à cobertura da Rede Globo, a edição do telejornal vespertino Jornal Hoje, do dia 02/05/1994, dividido em três blocos, seguia com a repercussão da tragédia essencialmente na abordagem da imprensa internacional, como a mídia francesa, italiana, inglesa, alemã e japonesa - esta última sendo referenciada como a “segunda casa de Ayrton Senna”. Com informações mais apuradas do que exibidas no Fantástico, a manifestação da comoção dos torcedores brasileiros continuava sendo o ponto-chave da mediação: "É como o Pelé. Outro Senna só daqui a 100 anos.", afirmava um fã, emocionado. Em primeiro plano, a câmera realçava as lágrimas e os rostos deprimidos de quem acompanhava por notícias: A mesma estrutura discursiva de sentidos semelhantes eram repetidos: "Muito, muito cedo mesmo. 34 anos não dá para aceitar. Era o orgulho do nosso país.", "Significou o sonho de uma esperança muito grande." e "Ele era uma pessoa tão importante que representava o Brasil todo. Era uma conquista nossa. Era uma vitória que nós tínhamos."

A edição terminou com a expectativa da liberação do corpo do piloto da Itália e seu translado de volta ao Brasil. William Bonner, apresentador do telejornal na época, finalizou a edição visando aproximar ainda mais a figura de Ayrton com o brasileiro simples da década de 1990 utilizando-se do sobrenome mais comum do país: Silva. A impressionabilidade carregada do peso da sensação de nacionalismo e pertencimento em conjunto, sem distinção, atiçou mais ainda a união sob a despedida em menção fraterna através de uma discursivização que remete às noções de identificações ligeiramente induzidas: "um parente **nosso** que tinha dado certo. Que era respeitado, poderoso, imbatível. Talvez por isso o 1º de maio tenha nos ferido tanto, porque perdemos o **nosso primo predileto**, o maior orgulho **da nossa família**. Nós, brasileiros da Silva, não temos mais **o nosso herói**."

À noite da segunda-feira, o principal telejornal do país, Jornal Nacional, também dedicou dois terços do tempo de arte para trazer mais informações sobre o acidente, as burocracias envolvendo a diplomacia da Itália e as homenagens do dia, que incluíram uma visita à uma escola primária do Rio de Janeiro para estreitar o contato que o piloto inspirava

em seus fãs-mirins, a primeira visita à curva do acidente - estampada com a marca da violência da batida contra o muro. Novos relatos e impressões foram evidenciados, como de depoimentos de Rubens Barrichello, já de volta ao Brasil, e do abatido Emerson Fittipaldi, igualmente sem reação. Além disso, Galvão Bueno, presente no momento do choque, tentava "amenizar" a sensação do desamparo do ídolo e pedia, subliminarmente, a perpetuação da lembrança do piloto. Esta relação por detrás do fato, Tartas (2019) sintetiza como a torcida brasileira, se portou naqueles primeiros momentos perante a perda de uma figura elevada e construída como"heróica-mítica"

> Este **momento de ruptura** da amistosidade – que **por conta da morte do ídolo**, não teve a oportunidade de se restabelecer – aparece **como uma revelação das propriedades dessa própria relação.** Ela **revela o grau de envolvimento e também a sua dimensão**. Não se trata de um divórcio, que produz uma ruptura incontornável. Mas de uma discussão, de uma briga, fruto de um desentendimento, que produz uma fragilidade temporária, que pode vir a ser tanto consertada quanto pode romper-se por completo [...] (TARTAS, 2019, p. 298, grifo do autor).

Para Vernant (1979, p.30) "existe um modo de morrer em combate, na flor da idade, que confere ao guerreiro defunto, como o faria uma iniciação, aquele conjunto de qualidades, prestígios, valores, pelos quais, durante toda a sua vida, a nata dos aristoi[8], dos melhores, entra em competição.", desta maneira, a glória imediata concedida à configuração de Ayrton Senna deu-se, tal qual em uma arena, uma morte assistida. Na exibição Jornal Nacional na terça-feira, dia 03/05/1994, o corpo do piloto fora liberado pelo Instituto Médico Legal da Itália para o enterro - sob aplausos dos seguidores que assistiram o caixão envolto com a bandeira brasileira se afastar. O correspondente presente Roberto Cabrini, observou que no mesmo lugar da fonte da idolatria, "a Itália fica também como o país onde terminou o homem e começou o mito."

Reforçando o impacto sentido pela perda, afastando-se ligeiramente da tragédia de Ímola, buscou a trabalhar suas reportagens sobre a sobreleve mítica do atleta com atributos inatingíveis e superiores provocadas em homens, mulheres e crianças. O psicoterapeuta Jacob Goldenberg, amigo de Senna, definiu na mesma edição que o piloto estava acima da banalização da morte e, como cada herói exuberante, avaliou a consciência interpretativa de uma introspecção preparada para a "grande viagem". Ao passo da adesão televisiva instaura a impressão irrevogável do acontecimento levada, é possível pontuar o produto das emoções

[8] A classe "aristoi" referenciava-se aos mais nobres e os melhores entre os gregos (lê-se atenienses). Não apenas pelas suas riquezas, mas também pelas posturas corajosas. Disponível em: https://www.dicionarioinformal.com.br/aristoi/ Acesso em: 21 fev. 2023.

como pano de fundo fatídico, imutável e até mesmo congelado naquele período. Isso também se evidencia pela clareza da identificação brusca e emocional relacionada a quem foi testemunha e de quem vai para acompanhar posteriormente, em níveis diferentes das informações absorvidas. Rondelli e Herschman (2000,p.7) declaram que a intensificação da temática ocorre em sintonia com valores e códigos tidos como hegemônicos, isto é, existentes no meio social, principalmente quando se é notado que o indivíduo estava longe de concluir "projetos de vida", findados e interrompidos.

Figuras 9, 10, 11 e 12: Para as crianças, o ídolo será para sempre a imagem da vida

Fonte: (https://www.youtube.com/watch?v=B7pn9LKqg0c.) Acesso em: 20 fev. 2023.

O corpo de Ayrton Senna chegou ao Brasil no dia seguinte, ao amanhecer de quarta-feira, 04/05/1994, foi recebido por um cortejo que durou quase três horas e 31 quilômetros percorridos em companhia de caravana fúnebre através das filas de carros, motocicletas e, como se fosse uma romaria, a presença de centenas de pessoas pelas ruas. As escolas não funcionaram e o trânsito, caótico de São Paulo, foi atenuado conforme a cobertura diária feita pela Rede Globo e resumida em mais uma edição do Jornal Nacional no final da noite, destacando ainda a fisionomia triste, a despedida, as bandeiras simbólicas e, por um breve momento, a diluição das classes, todos unificados em vigília pelo corpo, sendo comparada ao apelo popular manifestada pela morte do ex-presidente Tancredo Neves, em 1985. Em poucas horas, segundo o telejornal apurou, cerca de 100 mil pessoas já haviam

passado no saguão da Assembléia Legislativa, no Palácio 9 de Julho e, em um pouco mais de 24 horas, pelo menos 250 mil pessoas estiveram presentes para as últimas homenagens. Tal reação Santos (1994, p.234) explica ao constatar o culto emotivo sob o jugo da enunciação do mito adotado: "Já é hábito deste povo (brasileiro), que tantas frustrações e privações sofre quotidianamente, reverenciar, no velório e no enterro, aquelas poucas personagens que elegem como heróis."

Na quinta-feira, 05/05/1994, a imprensa e as emissoras de televisão, a Rede Globo e o Sistema Brasileiro de Televisão, o SBT, transmitiram ao vivo o cortejo final e o funeral do piloto para todo o país com direito a narração a partir das 9h40. Por dezessete quilômetros, honras dignas de Chefe de Estado foram designadas. Sob o caixão, tal como um abrigo, a bandeira do país cobria-o e enterneceu a igualdade concreta pertencente ao ídolo, mesmo na hora da morte. 21 tiros em salva fúnebre pelos militares foram feitas e uma chuva de pétalas de flores silvestres também acompanharam todo o trajeto. Em breves momentos, enunciações por parte dos comentaristas ressaltaram o momento histórico e a utilização de símbolos patrióticos interceptados pela transmissão visualmente corroboram para a encarnação da visualização fixa e que remetia o mesmo gesto da consagração e da repartição, agora já praticamente incorporado, imutável em uma só forma. Por quase três horas seguidas, fãs anônimos deram o tom emotivo para a despedida, instantes em silêncio, em concentrações e, depois, saudações em gritos pelo nome do ídolo na entoação de cantos e de palmas.

Aliás, é sensato categoricamente teorizar que a corrente que um dos fatores que ligaram a tragédia do piloto aos brasileiros ávidos apresenta-se pela coerção finita de um surreal apelo atinado pela atmosfera de "orfandade" advinda da presença - em formato da epopéia - da despedida inconformada disseminada pela televisão e finalizado pela relevância de outros veículos, tornando-se dificultada a imersão de volta à realidade. Este fato, de certa forma, foi uma "estratégia" certeira para revestir o momento na geração dos espectadores impactados não só inserido no Brasil, mas ao redor do mundo - obviamente, em graus totalmente diferentes de absorção da informação, porém, mesmo assim que arremata o recado. Rondelli e Herschmann (2000,p.7) indicam que são graças a esses confrontos expostos pela mídia que estimulam o despertar da adscrição do evento: "são closes e big-closes de caixões, velórios, velas a arder, enterros, missas fúnebres, cenas, choros e depoimentos de parentes, amigos e/ou fãs transtornados.", tudo isso embrulhado em uma bruma ditada pelo "tom de tragédia, a (re)dramatização do acontecimento, tudo em geral é construído nos mínimos detalhes no sentido de mobilizar o telespectador, o leitor e monopolizar a audiência."

Após o enterro e à volta da normalidade, parecia atestado, no entanto, que algo estaria em falta. Em uma reportagem do jornal O Globo para a edição do dia 06/06/1994, antropólogos das massas, já interessados no fenômeno nunca antes visto - e que poderia ser comparado anos depois com a morte da Princesa de Gales, Diana Spencer - apontam que. “a construção de um mito, entram a eficiência do mitificado e a carência dos mitificantes”. Engana-se, no entanto, que semelhante situação foi apenas uma projeção aludida pela comoção coletiva e aderência das instituições políticas em conjunto. A morte assistida e acompanhada de Ayrton Senna foi propulsora conjuntamente da sua própria solidificação e assinatura do herói com o processo de sua “imortalização” começou antes mesmo do seu corpo ser levado ao jazigo. O próximo item a ser investigado é destacar os fatores e conceitos aludidos à continuação da jornada do herói, matizados pelo processo do luto e do trauma, que vai passar a ser apresentado em uma outra forma - não física, mas na memória.

6.3 - Processo do luto, traumas e a imortalização do herói

Podemos comparar as dimensões da inesperada morte de Ayrton Senna até hoje causam ora espanto, ora inconformismo com o pensamento do historiador Jacques Le Goff, onde cita que “a imprensa é o lugar de uma multiplicidade de modos de construção, a rádio segue os acontecimentos e define-lhes o som, enquanto que a televisão fornece as imagens que ficarão na memória e assegurarão a homogeneização do imaginário social" (LE GOFF, 1990, p. 118). Muito mais do que presenciar o falecimento de um atleta patriota, foi testemunhar a impregnação da intimidade compartilhada no instante da resignação solidária, sendo o primeiro amparo ancorado e que terá estruturalização distribuída pelo pesar da reminiscência. Kovács (1992, p. 149) compreende que isso é possível graças ao nosso jeito de assimilar a experiência da morte, não a nossa, mas a capacidade de se auto colocar na interpretação da situação, pois, é como se uma parte nossa, acorrentada ao outro pelo elo compartilhado, também morresse.

Partindo do pressuposto das diversas reações a respeito dos processos de luto - diferentes em cada cultura - Bowlby (1985, apud. KOVÁCS, 1992, p. 151) lista as quatros fases da perda: a fase de choque, que é definida por emoções tempestuosas; a segunda é qualificada pelo desejo e busca pela figura perdida, onde há inquietações e a recusa da despedida; a terceira fase é a crise da tristeza iminente, caracterizada pelo começo da aceitação da perda, porém, ainda influenciado pelas emoções, é passado buscar as mais

variadas justificativas plausíveis sobre a situação vivenciada ou a sensação que, sem o indivíduo falecido, nada mais faz sentido (a título de exemplo, a jovem Zuleika Costa, de 16 anos, ao receber a notícia da morte do ídolo em meio a uma crise de depressão, suicidou-se com um tiro, deixando um bilhete ao lado do corpo: "Eu me suicidei porque não quero mais sofrer. Fui ao encontro de Ayrton Senna[9]."). Por fim, a última fase é a constatação que a vida precisa ser continuada e, ao meio deste processo, a tristeza e a saudade podem regressar, o que torna o luto controlável, mas nunca concluído de fato.

Uma vez sabendo disso, no período onde há a separação do que um dia era considerado como "homem", isto é, o corpo físico, simultaneamente acontece a evolução natural do imaginário, e as ressignificações sobre a tragédia ganham atributos gloriosos e agregam valor, procurando justificar a exploração, agora quase divinal, da sua progressiva imagem interpretada como herói. As reiterações feitas por Vernant (1978), sugerem que o seguimento da chamada "bela morte" é um engate na repetição de um destino semelhante ao que foi submetido a Senna, sendo compelido a uma direção que apenas os heróis - ou os que assim são tratados - conseguem alcançar:

> Ela se realiza de vez e para sempre no feito que põe fim à vida do herói. Dois destinos foram-lhe oferecidos desde o seu nascimento, para conduzi-lo até onde toda existência humana encontra seu termo, dois destinos que se excluíam rigorosamente. Ou a glória imorredoura do guerreiro (kléos áphthiton), mas a vida breve, ou então uma vida longa, retirada, mas a ausência de qualquer glória. (VERNANT, 1978, p. 32).

A considerada breve vida do piloto Ayrton Senna na conjuntura apresentada foi prefixo direto para desfrute dos seus admiradores. O desprendimento identitário despontaram no momento da histeria para um asseguramento desvirtuado e agarrados em crenças pessoais operantes conflituosas e que chegaram até ao ponto da exploração da fé. O que passou a ser visto no funeral e enterro do piloto foi menos do que a presença do corpo mutilado do homem e mais uma revitalização marcante de uma fantasia real, isso porque, para Kovács (1992, p. 150) "é a morte que envolve, basicamente, a relação entre pessoas. Se ocorre de maneira brusca e inesperada tem uma potencialidade de desorganização, paralisação e impotência."

O jornalista Mair Pena Neto chamou a atenção para a "santificação imediata" de Ayrton Senna. Várias mensagens que chegavam próximas ao caixão eram "preces, pedidos de graças e de curas." (RODRIGUES, 2004,p.579). Neste tipo de contribuição, é possível verificar características desenvolvidas para uma cristianização desta figura. Senna, neste

[9] Para ler a notícia completa, publicada na edição Folha de S.Paulo dia 06/04/1994, no dia seguinte ao enterro do piloto. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/5/06/caderno_especial/20.html. Acesso em: 12 fev. 1994

contexto, acabou sendo precursor da personificação com aspectos quase divinos conforme Rondelli e Herschmann (2000,p.7) assistem: “Senna foi representado em algumas charges como crucificado em seu carro com macacão e capacete e até carregado (crucificado) por uma multidão que formava o mapa do Brasil.”

Essas releituras ilustres utilizando bases a imagem de Senna e de outros heróis nacionais, como a de Tiradentes “cristianizado”, incubem associações exemplares de atitudes marcantes e que a mídia com o passar do tempo irá trazer em evidência. Ademais, tais associações também fazem parte de uma substituição com a finalidade de inibir a última imagem trágica da morte e apenas a representatividade. O que era relacionado, em predicados na vida, agora terão um papel parecido à atribuição de títulos, tal qual alcunhas. E podemos ver isso nas diversas retomadas sobre a carreira e a trajetória pessoal de Senna, onde os adjetivos que garantem qualidade à sua presença (liderança, jovialidade, perseverança, determinação, competência, fé, dentre outros) o acompanharão para muito além dos veículos da comunicação e sendo adotado pela população e repetido em formato de um mantra, seja por quem uma vez se identifica/identificou a busca de vencer os obstáculos, seja para inspirar à procura de novas gerações ao reencontrar o ídolo, perpetuando a reverência, desta forma, como memória. “Esta inscrição na memória social toma duas formas, solidárias e paralelas: o herói é memorizado no canto épico que, para celebrar sua glória imortal, coloca-se sob o signo de Memória, faz-se memória, tornando-o memorável.” (VERNANT, 1978, p.55)

É importante também ressaltar que dentro da circunstância do fim súbito estará sempre a idolatria da agnição de um povo para um povo. O surgimento de novos nuances que rememoram os feitos heróicos - as reportagens, documentários, entrevistas nos velhos e novos formatos - e únicos estimulam a idealização que exalta o perfeccionismo de uma referência. Essa é, aliás, a verdadeira imortalização, pois, ao contrário de outras semióticas, poucas imagens conseguem permanecer e a inflar certa influência na sociedade, ainda que exista uma descaracterização com o passar do tempo, mas a essência continuará a ser alimentada por outros lugares que buscam validar a cultura. É a partir deste hibridismo que Ayrton Senna poderá ser facilmente encontrado pelas travessias das midiatizações como veremos no próximo capítulo, afinal, “tornada lendária, sua figura tece, associada com outras, a trama permanente de uma tradição que cada geração deve aprender e tornar sua para aceder plenamente, através da cultura, à existência social.” (VERNANT, 1978, p. 41)

7. O HERÓI RESSURGENTE: A INTERNET COMO "LUGAR DE MEMÓRIA"

As interpretações sobre uma causa em comum podem obter diversas manutenções com o passar dos anos. Com a ascensão de novas tecnologias da informação midiática, muito do que se é debatido ou de interesse geral, também acompanhará as translações evocadas pelos novos suportes. A imagem dada à vista terá a tendência de transformar-se para atender uma nova necessidade e de encontrar um novo local para assentar-se, longe do espaço que se foi registrado pela primeira vez em um conjunto de informações. É importante dizer que essas informações não se limitam somente em respeitar um espaço amostral do reflexo que é exteriorizado, pois a tendência é levar à propagação para outros meios em um perene englobamento de um ou vários registros salvaguardados do local da memória.

Para Le Goff (1990, p. 366) "a memória, como propriedade de conservar certas informações, remete-nos em primeiro lugar a um conjunto de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas, ou que ele representa como passadas." nas circunstâncias que a oralidade assegurava o processo da presença das lembranças, atualmente podemos combiná-la com alicerces midiáticos e comunitários, cujo interesse coletivo irá fazer o que for necessário para proteger essa memória organizada. Isso evidencia-se não somente pela massificação do pensamento abstrato sobre um fato - que passa a ganhar uma imagem que pode ser facilmente compartilhada em um mesmo ambiente - como também presente no processo da reafirmação de uma identidade coletiva/nacional, pois é a partir dela que se cristaliza na transmissão da memória cultural conforme complementa Matos (1995, p. 89): "identificação são resultados de incorporações de objetos e introjeções de afetos a eles ligados. Ali onde a imagem do Sujeito (de um Brasil) deveria surgir, nada se mostra (como em um herói): "só é visível um espelho no qual nenhum traço se inscreve".

É neste amparo que devemos instrumentalizar os pontos de vistas das relações sociais da persistência do movimento da memória comunitária, essencialmente para as figuras heróicas que tendem a não serem esquecidas, sendo compartilhadas e revividas graças aos acessos materializados na evolução do armazenamento de imagens[10] que uma vez simbolizou momentos importantes para um grupo ou algo marcado para além do tecido social, pois, a depender de quais formas a memória terá sido registrada e compartilhada poderá determinar

[10] Aqui, posso aplicar o termo "imagem" como os dois sentidos - a de representação de uma pessoa/objeto ou literalmente aquelas que são geradas por dispositivo fotográficos. Ambos sentidos serão devidamente explorados no andamento deste capítulo.

como sua presença irá continuar a ganhar frutos ou ser, gradativamente, esquecida. (SANTOS; ALBUQUERQUE, 2017, p.6).

No mundo transmídia, podemos dizer que poucas são as figuras que de fato conseguem emergir e superar a zona de escanteio. Geralmente, é comum que tais símbolos, às vezes pelo próprio desgaste ou ter uma tendência "eclíptica" em detrimento de outras correspondentes que não buscam exatamente por usurpar o lugar, mas aprimorá-lo e elevá-lo às condições, correspondendo às mudanças e necessidades da arte que um dia dominou. Parece, contudo, que as contribuições advindas dos heróis e dos mitos nacionais perduram por muito mais tempo, reservada somente para os que gozam da "glória imperecível que eleva o herói acima da sorte comum, fazendo que seu nome e sua figura singular sobrevivam na memória dos homens" (VERNANT, 1978. p. 58)

Com as expansões da oralidade, transportamos as comunidades que um dia compartilharam uma situação de uma relação próxima para a construção de novos recursos flexíveis onde a necessidade de se informar também se atrela aos paradigmas efetivamente moldados para atender o aprimoramento das interações - que passam a também a acompanhar a transação da própria emancipação para uma outra ambientação - a virtualização e a tecnologia do ciberespaço, que passa a adotar um leque de possibilidades que podem ser "aliados" transitórios na aberturas e absorções do real para o virtual, mesmo que não exista exatamente uma alteração que assinala uma diferença palpável entre as duas. Com a iminente consolidação da internet, torna-se muito mais fácil pesquisar, conhecer, compartilhar e manter informações sobre os mais variados assuntos e, dessa forma, resgatar antigos agentes. Duarte (2017) trabalha um termo bastante interessante: com base no pensamento do historiador Pierre Nora, o autor propõe que a internet, de modo geral, é o lugar ideal para guardar e manter a memória coletiva:

> Podemos considerar os meios de comunicação também como "lugares de memória", incluindo aí não só os meios tradicionais como TV, rádio e impressos, mas também, principalmente hoje em dia, a internet, na medida em que ela contribui fundamentalmente para armazenar e repassar os fatos e valores que ajudam a configurar a memória coletiva e a própria história. (DUARTE, 2017, p. 4)

Diferentemente do suporte da televisão que precisa basear-se em pautas que estejam de acordo aos interesses dos idealizadores de programas para unicamente projetar ou resgatar aquela lembrança compartilhada por diversos grupos, Cunha (2011, p. 104) cita que "muitos acontecimentos podem ser alimentados enquanto forem capazes de manter um elevado nível

em índices de audiência, mas na mas com a mesma velocidade podem desaparecer para dar lugar a outros". Apenas reportagens especiais às vezes não fazem jus a um critério subliminarmente estabelecido e requerido pela combinação da lealdade de fãs: o de retratar e de fazer a figura homenageada mais próxima ou a de reviverem, por minutos, sensações nostálgicas. Por outro lado, essas necessidades serão atendidas talvez não na mesma complexidade ou cuidado do que uma produção audiovisual apresenta, mas que conseguem facilmente atender às comunidades e os nichos que naturalmente se moldam em volta da figura que escolhem para (re)acompanhar essa "nova morada da memória".

Contemporâneo ao acesso à informação, as redes sociais, por exemplo, criadas para expandir cada vez as relações e interatividades no meio da conectividade, já atuam em um suporte reconfigurado que dão um respaldo ainda maior no transporte de comportamento ou expressões relacionadas ao espaço de apropriação que os usuários estão inseridos. É um fato que deve ser encarado com naturalidade, quase como evolutivo, para o encontro de novas edificações e significados: "embora os sites e ferramentas da web possam ser criados para uma finalidade específica, eles podem ser utilizados e reapropriados pelos usuários para que exerçam outras funções." (ZAGO; SILVA, 2013, p.116).

Não importa quanto o tempo passe, aos poucos, todas as imagens de indivíduos que obtiveram reverência serão incorporados nesta travessia do ambiente do espaço digital, acontecendo o reencontro entre o ídolo e seus fiéis seguidores, recomeçando a desempenhar o papel de dar continuidade ao cultismo do ícone organizado desta vez em uma espécie de "mausoléu digital". Graças ao armazenamento e os sistemas de compartilhamento, será possível o registro e a participação do espectro do mito em repouso, renascendo pela presença do digital e, desta maneira, tendo uma nova existência e oportunidade que pode ser - e será eventualmente - descoberta, especialmente para uma geração que não fez parte dos momentos em vida daquela figura, assumindo um papel de continuar a repassar e a manter viva a memória desse legado.

7.1 28 anos depois… a presença de Ayrton Senna na "era digital"

Como já anteriormente discutido, os meios de comunicação (televisão e jornal) acentuaram ainda mais as características do posicionamento de Ayrton Senna, dramatizando e instaurando o sentimento do trauma irreparável, estimulando a exclusão do homem pelo homem e deixando os predicados que, tal qual correntes, estão atreladas à sua imagem: determinação, perseverança, sabedoria, ídolo, mito e gênio. A este fenômeno, Campbell

(1949, p.182) aponta: “o herói, que em vida representava a perspectiva dual, ainda é, depois de sua morte, uma imagem-síntese: tal como Carlos Magno, ele apenas dorme e se levantará na hora que o destino o determinar, ou está entre nós outra forma”. A “outra forma” que na qual Campbell refere-se pode ser inferida no surgimento da mediação dos veículos que submetem-se às reorganizações instauradas pela internet e a migração paulatina, mas eficiente, dos discursos que antes eram reservados somente aos debates da imprensa e das autoridades no assunto, o passado não será exclusivo desses suportes, mas, sim, sendo deixado agora em um cenário do coletivo social, apto para ser reconstruído ou ser livre adaptado conforme o bel-prazer.

Hoje, 28 anos após a sua morte, com a essência do profissional muito bem conservada pela mídia por entre reportagens especiais, menções, homenagens variadas em configurações e contextos diferentes indo de tema de [11]escola de samba e até escultura de seu busto[12], a indagação que surge é: como estará registrada a sua figura no contexto? É claro que por causa das constantes evoluções midiática, bem como as evidências acopladas da hibridização do digital e seus artifícios, ora para receber ainda mais as mudanças e os sujeitos que delas farão parte, ora para agregar e estabelecer suas próprias participações, seja como empregador na “produção” das redes, seja individualizado no molde do público popular que consome o conteúdo. Em suma, da mesma forma que a internet atua como principal ferramenta na ascensão de novos ídolos a partir da necessidade de um grupo em comum, ela também funciona como propulsora dessa figura ou pode atuar na sua manutenção, pois, é por causa dessas ações que aguçam e semeiam a o sentimento da nostalgia, isso porque “o acesso crescente à Internet, de qualquer lugar, proporciona que os sujeitos usufruam dessa memória portátil ou mesmo possam consultar as narrativas de outros sujeitos.” (LUZ;AMARAL, s.d, p. 11), não deixando, portanto, que a figura desapareça ou a mantendo sempre por perto.

Em exemplo aos espaços e as teorias aplicadas ao conceito “lugar de memória”, será apresentada nesta pesquisa, a título de ilustração, a análise de algumas comunidades virtuais de fãs e de não-fãs dedicadas à memória de Ayrton Senna, usufruindo de recursos caracterizados em páginas da rede social Instagram - uma das redes de interação mais populares e relevantes dos últimos anos, cuja a interação é feita através da postagem de imagens e vídeos de temas variados - como uma pequena extração do comportamento da

[11] Para os 20 anos de sua morte, a campeã de 2014, a escola de samba Unidos da Tijuca, homenageia Ayrton Senna em um samba-enredo que contava sua vida profissional no automobilismo.
[12] Em novembro de 2022, foi inaugurado no Autódromo de Interlagos uma estátua de 3,5 metros em formato de busto do ex-piloto. A obra foi produzida pela artista plástica Lalalli Senna, a sobrinha de Ayrton Senna. Para mais detalhes, acesse:
https://www.mktesportivo.com/2022/11/busto-de-ayrton-senna-e-inaugurado-no-autodromo-de-interlagos/

malha social. Este resgate não será debruçado somente às páginas que homenageiam o ex-piloto no Brasil, como também em outras páginas ao redor do Mundo (lembrando que, apesar de ser o mais presente no nosso país, a figura popular de Senna espalhou-se e criou raízes em outras nações e continentes) que também reconheciam a imagem de Senna em um mito da Fórmula 1. Para compreendermos melhor a conduta do papel das redes sociais como promulgação de fãs em reflexo da memória, é imprescindível, desta forma, afastar-se um pouco da visão brasileira dos fatos e observar como Ayrton Senna "sobrevive" em outras personificações. Observemos, então, como o espectro do piloto apresenta-se no cenário virtual em duas partes de um mesmo tomo da realidade: a presença nas redes sociais mais acessadas e como seu retorno é assegurado pelas principais ferramentas de busca

Analisemos primeiro os três perfis "oficiais" que concentram a maior radiação da imagem do piloto Ayrton Senna na plataforma do Instagram e tratam-se de: uma página criada e administrada pelo fã-clube do piloto, ou seja, uma extensão desenvolvida e alimentada pela comunicação do "*fandom*", resumidamente por Jenkins (2009, p. 590) "é um termo utilizado para se referir à subcultura dos fãs em geral, caracterizada por um sentimento de camaradagem e solidariedade com outros que compartilham os mesmos interesses"; a página onde encontraremos o ídolo preservado em sua maior glória, e o terceiro é reservado à ao posicionamento e comunicação do Instituto Ayrton Senna, que debruça-se sobre os valores sociais resultados de uma vontade póstuma do piloto conforme já foi citado acima. É válido lembrar que no tocante a escolha do Instagram, segundo dados de fevereiro de 2023 do relatório encomendado pela *DataReportal*, é a 3º rede social mais acessada pelos brasileiros, com mais de 113 milhões de usuários ativos[13]. Outrossim, também foi escolhida por apresentar a maior concentração de publicações presente do atleta. Sendo assim, essas páginas são exemplos de configurações que trabalham com a expansão da persona, do piloto e da marca constituída.

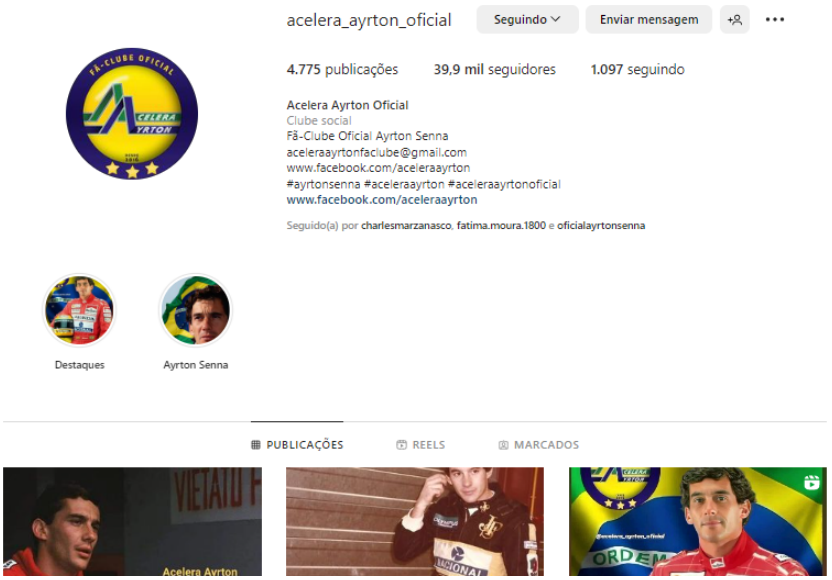
7.1.1 O fã-clube oficial de Senna

Para acalentar a perspectiva afetiva/emotiva, os fãs-clubes efetuam a presença a partir da ligação intrínseca entre o objeto de cultuação e um tributo envolvendo este objeto. Caracterizado por informações coletadas e disponibilizadas, o perfil Acelera Ayrton conta

[13] DATAREPORTAL, 2023. Para o relatório completo, disponível em: https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil. Acesso em: 06 mar. 2023

com quase 40 mil seguidores (embora o número ligeiramente expressivo, devemos alertar que sendo este o perfil declarado como "oficial" do fandom original, ainda existem outras páginas dedicadas e elaboradoras por fãs cujo alcance de seguidores apresenta-se maior).

Figura 13: Página e publicações da conta oficial do fã-clube do Ayrton Senna

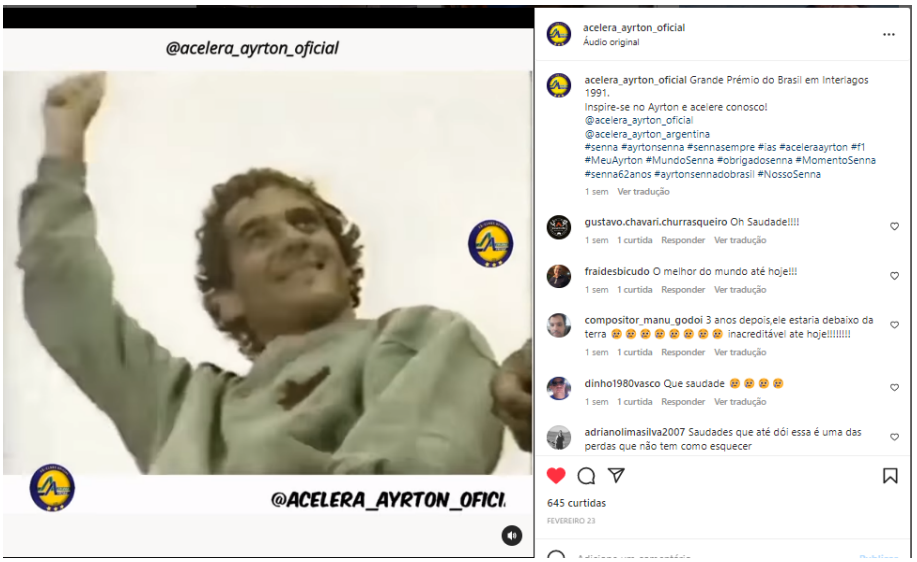


Fonte: (Reprodução/Instagram)

Postagens selecionadas e permutada entre vídeos e fotos, ora com curiosidades sobre a vida pessoal do piloto, ora com trechos extraídos de suas entrevistas e/ou reportagens, são publicadas diariamente ou quase diariamente, em uma frequência surpreendente correlacionadas aos padrões atuais da plataforma, haja vista que a média de posts para uma marca/página é de 1,5 posts diários[14] conforme uma pesquisa realizada pela Union Metrics, em 2020. A este tipo de página, DUARTE (2017, p. 9) volta a comentar que os usuários não somente interagem mais facilmente, mas sentem uma maior liberdade para também construir "suas próprias páginas e expressando visões alternativas sobre vários assuntos."

[14]Para mais informações, acesse: https://unionmetrics.s3.amazonaws.com/wp/2014/09/Brands-on-Instagram-Whitepaper-Sept14.pdf

Figura 14: A publicação causa saudosismo entre os fãs.



Fonte:(Reprodução/Instagram)

A exemplificação da postagem acima é um fragmento de uma reportagem condecorada ao Jornal Nacional referente à repercussão da torcida brasileira no dia seguinte ao Grande Prêmio do Brasil, em Interlagos, no ano de 1991. Em uma breve análise dos comentários mais recentes, nota-se ainda os fragmentos do saudosismo e da afeição. Tal formatação propõe exibir os feitos únicos e acentuar a conexão que o atleta tinha para com os torcedores, a fim de maximizar a retomada do herói e sua representação de uma identidade.

Figura 15: "Simply the Best", o ídolo também tinha outros ídolos

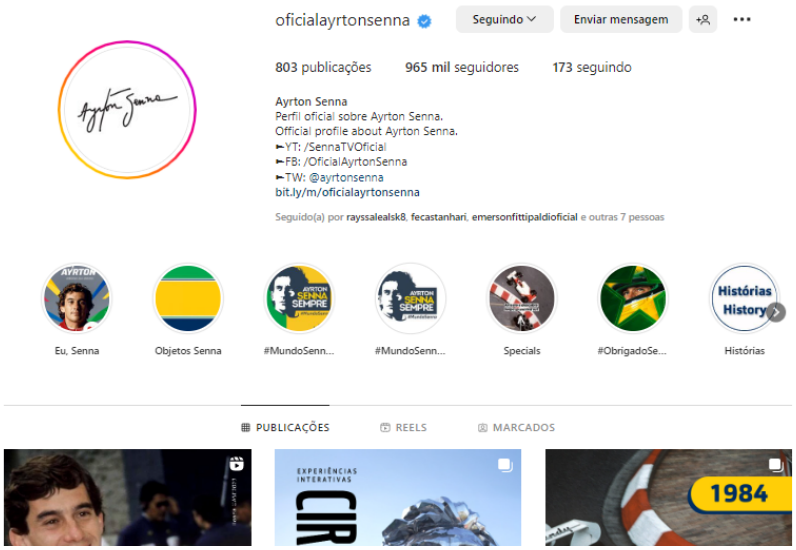
Fonte: (Reprodução/Instagram)

A foto acima foi registrada durante um show que a cantora norte-americana Tina Turner realizou em Adelaide, na Austrália, coincidindo com o dia do Grande Prêmio realizado em 1993. Após a corrida, Senna foi assistir ao show da cantora - que ao reconhecê-lo, chamou-o ao palco e dedicou seu *single* "(Simply) The Best" para o piloto, um momento especial que os admiradores que assistiram o show televisionado na época ou depois, em outros dispositivos, não esquecem.

7.1.2 A página oficial de Senna

Vejamos agora a página oficial sobre Senna - o que viria ser, teoricamente, o seu perfil pessoal nesta rede social caso estivesse vivo. A primeira coisa que está em evidência está na sua foto de perfil: trata-se de sua assinatura/autógrafo registrado, induzindo a uma sensação de um espaço verídico e reivindicado. De todas as outras páginas espalhadas pela plataforma, esta é a que conta com maior número de seguidores: até o momento desta pesquisa, 965 mil acompanhantes -. Diferentemente das postagens veiculadas aos fãs-clubes, que visa instigar uma nostalgia clássica envolta de sua imagem, com produções extraídas de momentos da vida do piloto, quase como se fosse uma "cápsula do tempo".

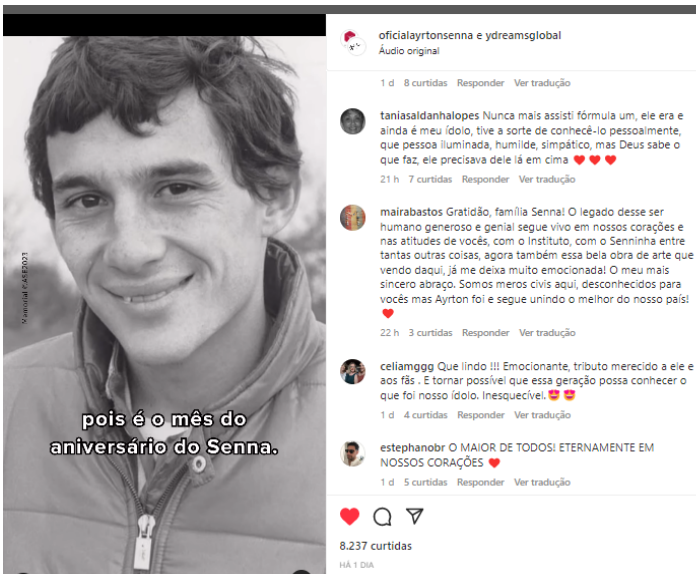
Figura 16: Página e publicações da conta oficial da persona Ayrton Senna



Fonte: (Reprodução/Instagram)

A conta oficial conta com o mesmo que costuma a ser compartilhado pelas outras redes, mas o diferencial está na qualidade do material: a @oficialayrtonsenna possui um acervo de fotos e vídeos totalmente remasterizados e parecem estar antenados e abertos às novas tendências que acabam sendo acopladas por toda rede social, destacando a produção de *reels* (um formato específico de vídeo que é mais fácil de ser compartilhado e de ser viralizado pela plataforma) com as famigeradas edições rápidas ao melhor estilo Tik Tok, que contam sobre a trajetória do ex-piloto, informam e expõem a sua alegoria em momentos específicos e em datas pertinentes. Além disso, as postagens dispõem de legendas escritas nas línguas portuguesa e inglesa.

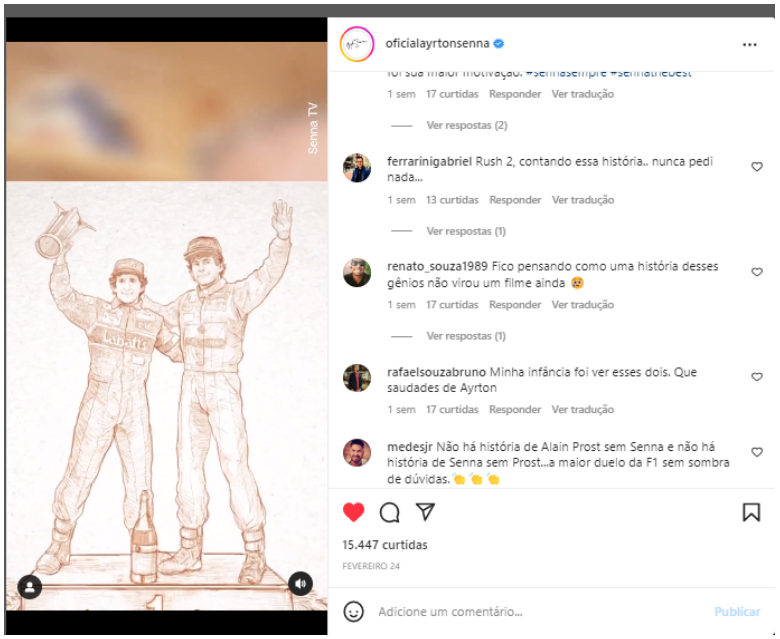
Figura 17: Divulgação do evento de aniversário de Ayrton Senna



Fonte: (Reprodução/Instagram)

Acima, há a divulgação de um evento especial do mês de aniversário que marca os 63 anos de Ayrton Senna. O vídeo *reels* informa a inauguração de um novo circuito intitulado "Nosso Senna", no autódromo de Interlagos. Nos comentários atrelados na postagem, os fãs repercutem o tributo de forma positiva e ratificam a importância da relação recíproca dos admiradores e do mito.

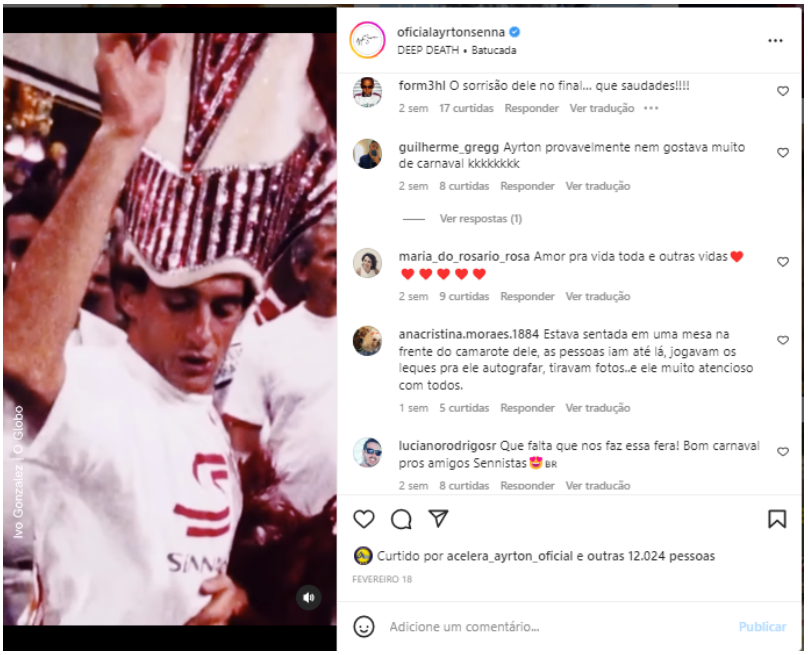
Figura 18: A página oficial presta tributo ao aniversário de 68 anos do eterno rival, Alain Prost.



Fonte: (Reprodução/Instagram)

Na publicação acima, observamos uma homenagem em formato de vídeo, ao maior rival nas pistas, o francês Alain Prost, remontando momentos compartilhados nas corridas, com imagens alternadas entre os dois profissionais, além de uma reprodução de trechos de entrevistas dados pelos dois (Ayrton em áudio português brasileiro e Alain em francês) onde exaltam o respeito e o talento de um para o outro. Neste tipo de atribuição, infere-se, assim como o próprio Senna insinuava nos últimos meses de sua vida, que gostaria de findar a relação desagrável com o ex-companheiro de equipe de vez - e, aparentemente, conseguiu. Na seção de comentários, examinamos também a atmosfera respeitosa e nostálgica dos brasileiros - enquanto uns aclamam o duelo desempenhado pelos dois corredores, outros ainda preferem relembrar com acidez nivelada a respeito do comportamento antipático do francês sobre a vida pessoal e profissional de Senna.

Figura 19: Senna também esteve presente no carnaval de 2023



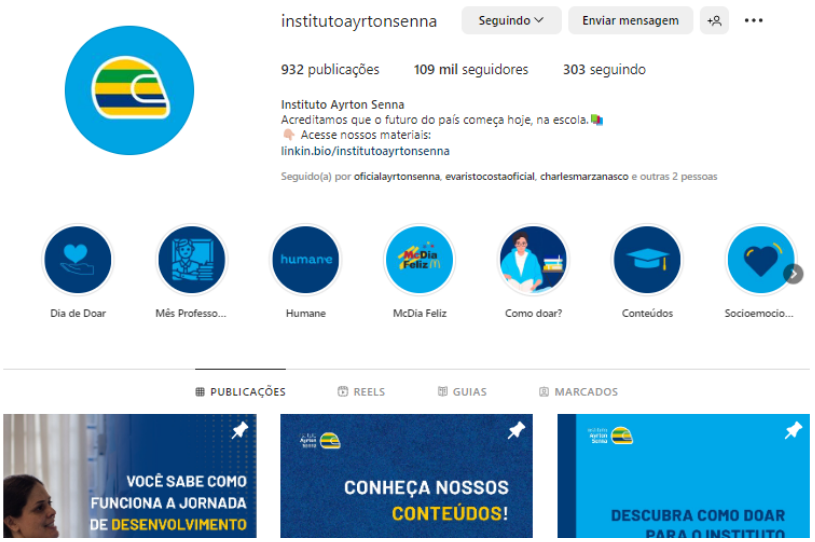
Fonte: (Reprodução/Instagram)

Para as comemorações do carnaval de 2023, como demonstração da presença atual de Senna no ciberespaço, a página oficial compartilhou um vídeo com trechos da passagem do ídolo e suas impressões pelo desfile da escola de samba Estácio de Sá, no carnaval de 1992. Muito embora esta ação seja vista apenas como uma lembrança extraída de um momento de descontração, pontua-se que também seja uma estratégia não explicita para aproximar ainda mais a frequência simbólica e periódica de Senna em tradicionais situações que exaltam o popular e a cultura brasileira, praticamente como seu *corpus,* de fato, continuasse existindo.

7.1.3 A página oficial do Instituto Ayrton Senna

Analisemos agora a página oficial do IAS. Com quase 110 mil seguidores e apesar de não ter relação direta com a imagem midiática e mitificada do piloto, é uma consulta a ser considerada, pois, assim como já foi debatido em capítulos anteriores, ainda é o resgate figurativo de seus ideais e projetos não realizados em vida. Mesmo que sua imagem aqui não seja trabalhada e nem de novo explorada como em outras páginas, o Instituto conduz a relevância filantrópica de manter o desejo original do piloto aceso, considerando, também, que a empresa até este momento controla tudo e qualquer uso de marcas e da imagem do ex-piloto (RODRIGUES, 2004, p. 606)

Figura 20: Página e publicações da conta oficial do Instituto Ayrton Senna



Fonte: (Reprodução/Instagram)

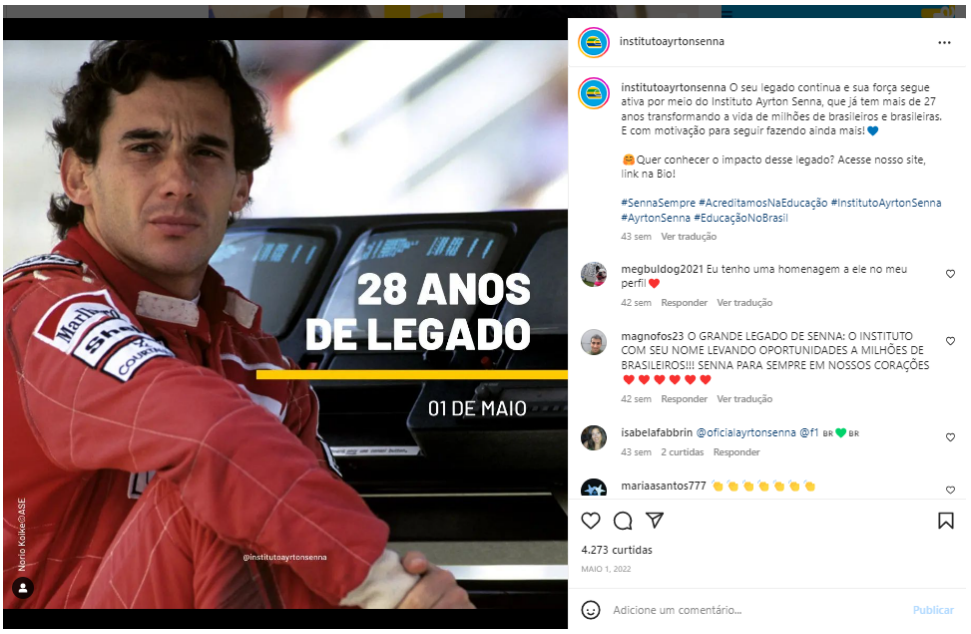
Estilizada com o formato do famigerado capacete e as cores da bandeira brasileira, a página do Instituto Ayrton Senna concentra-se mais em divulgar a instituição em uma natureza pedagógica/educacional e competências envolvendo políticas públicas, alfabetização, associações socioeconômicas, educativas e socioemocionais. As postagem reúnem direcionamentos para professores e apologia à cultura de modo geral.

Figura 21: Os ideais de Senna também continuam no Instagram

Fonte:(Reprodução/Instagram)

A publicação acima refere-se sobre as expectativas defendidas pela instituição e a ligação de Ayrton com a necessidade da educação, uma pauta sempre muito bem defendida por ele em vida. Outrossim, longe de ser o foco, Senna também ilustra participações contundentes nas redes sociais do IAS. Abaixo, um lembrete significativo da ativação da instituição graças ao legado e ao sonho do piloto. Até neste tipo de espaço que definitivamente não está poupado para a veneração, seus admiradores de um jeito ou de outro, estarão sempre "alimentados" por veículos e/ou dispositivos que um dia fizeram - ou fazem até hoje - parte da manutenção e permanência do herói na sociedade.

Figura 22: A presença do herói no Instituto que leva o seu nome



Fonte: (Reprodução/Instagram)

7.1.4 Mapeamento dos principais perfis dedicados à preservação/continuidade da imagem de Ayrton Senna.

Para o conjunto da manutenção de um legado, é imprescindível discutirmos as relações da preservação e da conservação em torno de um objeto epistemológico. Equivoca-se, todavia, quem acredita que tais termos sejam desempenhados para a proteção e o cultivo de um patrimônio material ou imaterial. No caso, aqueles que um dia representam simbolicamente a referência ou uma ideia de nacionalidade, podem estar à mercê dessas condições, assim como classifica PÁDUA (2017, 2019), destacando que a conservação é uma

ação necessária para transmissão de valores justamente pela reprodução da memória, enquanto a preservação é dita no interesse de "perpetuar certas ideias e ideais ou beneficiar-se de tais versões do passado impregnadas no imaginário social."

Nesta seção, será feito um mapeamento e uma coleta dos principais perfis ativos na rede social Instagram visando destrinchar a permanência de Ayrton Senna e sua acomodação envolvendo o seu nome e a sua imagem através de uma exposição e dos registros compartilhados não só presentes no Brasil, como também a outros usuários, ainda que possivelmente não possuem a mesma referência de Senna como herói nacional, conseguem apreciar a sua mitificação em nome do automobilismo mundial. É necessário que uma análise como esta seja exteriorizada com a finalidade de reconhecer em outras idealizações, que uma figura célebre e emblemática acaba por ultrapassar os próprios limites do imagético do além geográfico e isso só será obtido com êxito se oferecermos a mesma perspectiva de análise por sua vez já demonstrada. Em concordância com Cunha (2011, p. 104), as interações que são oferecidas dentro da plataforma, nota uma experiência resultante e que permite o regresso do passado proporcionados por essas redes que catalisam as comunidades em comunhão, sendo até capazes de remexer e ressaltar as práticas do tempo presente.

Para facilitar a procura, contaremos com a utilização das *hashtags* como uma maneira de conectar as publicações e páginas com a mesma dinâmica, assunto e de garantir a circulação do nome do piloto. Destarte, organizemos um quadro contendo os seguintes elementos: verificação do perfil utilizado, a quantidade de seguidores, coleta de dados e natureza das postagens (isto é, se possuem aspectos de reiterar o "lugar da memória", seja na preservação da imagem ou na sua conservação através dos fã-clubes), além do país de veiculação para uma melhor visualização como a manutenção da reverência ao piloto está empregada em outras partes do mundo, concentrando e tendo como ponto de intersecção a admiração certificada.

Quadro 1: Observação dos principais perfis dedicados à figura de Ayrton Senna na rede social Instagram.

	Perfil do Instagram	**País vinculado à conta**	**Número de seguidores**	**Natureza das postagens**
1	@ayrtonsennalive	Brasil	128 mil seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto.

2	@ayrtonsennatribute	Brasil	104 mil seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto.
3	@ayrton_senna06	Rússia	46,1 mil seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto.
4	@sennamemories	Brasil	45 mil seguidores	**Preservação:** incentivo ao conhecimento da vida do piloto dentro e fora das pistas.
5	@newscarsnews	Brasil	30,4 mil seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto.
6	@aysennaheroi	Brasil	28,3 mil seguidores	**Preservação:** incentivo ao conhecimento da vida do piloto dentro e fora das pistas.
7	@ayrton.sempre	Brasil	27,4 mil seguidores	**Preservação:**incentivo ao conhecimento da vida do piloto dentro e fora das pistas.
8	@sennaargentina	Argentina	17,7 mil seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto.
9	@senna.boss	Argentina	13,3 mil seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto.
10	@ayrtonsenna_argentina	Argentina	13 mil seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto.
11	@___ayrton.senna_	Itália	4.849 seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto.
12	@sennaliveson	Hungria	2.717 seguidores	**Preservação:**incentivo ao conhecimento da vida do piloto dentro e fora das pistas
13	@simply_ayrton	Itália	2.373 seguidores	**Preservação:** incentivo ao conhecimento da vida do piloto dentro e fora das pistas.
14	@ayrtonsennapersempre	Itália	1.475 seguidores	**Preservação:** incentivo ao conhecimento da vida do piloto dentro e fora das pistas.
15	@ayrton_senna_italia	Itália	766 seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto.

Fonte: elaborado pelo autor

Foram resgatados 15 perfis que dedicam seu espaço para o culto sob a imagem de Senna. 6 desses perfis foram criados por fãs brasileiros, não sendo possível afirmar se são de forma autônoma, ou se há um registro de um fã-clube por trás. Não sendo surpresa, 4 perfis desse montante são dedicados aos fãs italianos, que já são conhecidos como uma grande comunidade de admiradores[15] do piloto fora do Brasil. 3 perfis com números relativamente expressivos vem da comunidade de fãs da Argentina. Isso pode ser facilmente explicado pela

[15]Para mais informações sobre a relação de Ayrton com o público italiano, acesse: https://www.ayrtonsenna.com.br/no-dia-da-comunidade-italiana-conheca-a-forca-da-ligacao-entre-ayrton-senna-e-os-italianos/

relação amigável que Senna possuía com Juan Manuel Fangio, pentacampeão argentino de Fórmula 1. Essa relação acabou afinando-se também pela admiração[16] do ex-jogador de futebol e ídolo absoluto no país, Diego Maradona, declarada por Senna. 1 perfil é atribuído da Hungria, provavelmente pelos bons resultados e vitórias adquiridas ao longo dos dez anos de carreira, e 1 perfil registrado pelos fãs da Rússia.

Em paralelo, observou-se que não importava a origem das diferentes páginas ou a quantidade de seguidores nelas apreendidas: os fãs conseguiam ser atraídos pela imagética do brasileiro, seja através de uma foto estática em boa ou alta qualidade, ou em vídeos legendados ou não. O encanto e o efeito do piloto - sobretudo pela geração que o deve ter acompanhado durante o seu auge - perdura virtualmente.

7.2 A nova televisão: O YouTube como disseminador e retentor da memória coletiva

Ainda sobre este aspecto da discussão, o acesso da informalização ligadas à indústria do ciberespaço terminam por serem incorporadas na própria conjuntura do registro eternizado do digital, principalmente pela facilidade de fazer-se parte de uma produção conteudista que não mais está retido essencialmente a apenas em um polo de acervos pessoais ou exclusivos da comunicação social. Tendo isso em vista, o YouTube surge neste fluxo como uma ferramenta de compartilhamento de vídeos que atua dubiamente entre a criação de uma nova reformulação no consumo e, como já foi comentado em um momento anterior, também pode ser considerado um fruto de uma “apropriação” para criar novas funções e significados, tendo sido objeto de estudo pela elaboração da efetivação da memória da comunicação coletiva no audiovisual.

À vista disso, com a ascensão e popularização da internet e, por conseguinte, da plataforma, o ambiente começou a ser usado como um suporte no resgate, segundo Júnior (2021, p. 49), das mídias analógicas há muito esquecidas. Agora, tais produções como os “programas de televisão e reportagens do passado, filmes antigos, imagens particulares de momentos históricos ou mesmo documentários raros.” são disponibilizadas e acessadas mais facilmente, portanto, estarão protegidas graças ao armazenamento digital, principalmente porque poderão ser consultadas a qualquer momento ou em qualquer dispositivo com conexão. Ora, se estamos comentando sobre a democratização do acesso sobre um - ou vários - conteúdos, faz-se imprescindível incluir a atração dos usuários sobre essas que acabam

[16] Para mais informações sobre a união do Brasil e da Argentina na Fórmula 1, acesse: https://www.ayrtonsenna.com.br/ayrton-senna-o-atleta-que-uniu-brasil-e-argentina/

naturalmente por se reunir ao redor de um denominador comum: seja ele no consumo do mesmo gosto/gênero musical, auxiliar nos estudos, tirar dúvidas e procurar opiniões, promover conteúdo amador ou profissional e, é claro, com a ativação da memória, relembrar fatos antigos que despertam o saudosismo ou o interesse súbito advindos da nova geração.

> O sentimento de pertencimento e identidade de uma geração, marcada no espaço e tempo passados, faz com que os usuários acessem o site em busca desse conteúdo e o compartilhe com outras pessoas, seja fazendo o upload de algum vídeo, postando seu link nas redes sociais ou interagindo através de comentários no conteúdo. (JÚNIOR 2021, p. 49)

A materialização de um fato passado transmutado em vídeo (antigo ou atual) permite a consulta livre, portanto, quanto mais relevante for de fato o conteúdo naquele segmento específico, mais chance terá de receber a visita de indivíduos que não participaram da época em questão, criando-se outras raízes acerca da figura. As interações também serão construídas a partir das impressões, relatos e opiniões dos internautas, sendo "combustível" para o recebimento de cada vez mais comentários, sucedendo-se um amontoado, podendo influenciar, inclusive, em conveniências semelhantes.

Trazendo para o respaldo da monografia, devemos agora averiguar os principais produtores de conteúdo atuantes no uso da plataforma e seu papel na dispersão da figura sobrevivente de Ayrton Senna através do quadro montado a seguir, sendo investigando o tipo de conteúdo veiculado e composto. É válido alertar que por conta da extensão exacerbada de vídeos e conteúdos sobre o piloto presente na plataforma, delimitaremos a busca somente aos canais que de fato possuem alguma contribuição na persistência do ídolo, excluindo-se produções esporádicas sobre a vida e/ou eventos. Isso, porém, não será um limitante na hora da coleta de alguns comentários registrados nesse tipo de conteúdo, visando exemplificar o YouTube como mais um espaço de continuidade.

Quadro 2: Mapeamento de canais do YouTube com conteúdos dedicados a Ayrton Senna

	Canal do Youtube	**Quantidade de inscritos**	**Natureza dos vídeos**
1	Senninha	119 mil seguidores	**Preservação:** incentivo ao conhecimento da vida do piloto dentro e fora das pistas.

2	Sennavive	88,8 mil seguidores	**Preservação:** incentivo ao conhecimento da vida do piloto dentro e fora das pistas.
3	Senna TV	60,5 mil seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto
4	Ayrton Senna do Brasil	59,5 mil seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto
5	Instituto Ayrton Senna	35,1 mil seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto
6	Canal Enerto	28,5 mil seguidores	**Conservação:** reprodução de registros da carreira e trajetória do piloto

Fonte: elaborado pelo autor

Atualmente, 6 canais operam na representação da trajetória, carreira e vida pessoal de Ayrton Senna, sendo 3 deles com origens exclusivas e oficiais advindas da própria marca "Senna" e do Instituto Ayrton Senna. Com maior número de seguidores, o canal da personagem Senninha, por mais que não estabeleça quase nenhuma relação ao admirador adulto, serve para a perpetuação dos projetos do piloto e inclinadas especificamente para o público infantil, não deixando de ser uma espécie de "encarnação" do ídolo. O segundo maior canal, Sennavive,um canal não mais ativo, é elaborado por fãs e conta com material visando perdurar registros do ídolo com a postagem de entrevistas, documentários e homenagens.

A Senna TV, por sua vez, compila suas produções no registro de curiosidades, disponibilidade de trechos de vídeos sobre a atuação do piloto na F-1, informações atualizadas sobre a família do piloto e suas respectivas atuações, encontro com convidados, etc. Enquanto isso, o canal Instituto Ayrton Senna funciona como ampliação do site em um suporte audiovisual, sendo liberados palestras e vídeos institucionais diversos voltados para a educação e a capacitação do profissional pedagogo, mantendo-se, porém, como um veículo igualmente executor dos ideais de Senna.

O canal "Ayrton Senna do Brasil" é produzido e administrado por uma equipe de fãs leais à memória do piloto. Seus conteúdos esquematizam os principais atributos e conquistas do brasileiro nas disputas nos mundiais através de fragmentos de vídeos, tornando um acervo audiovisual completo e dinâmico. Menção honrosa, também, ao Canal Erneto. Apesar de não

ter um planejamento de postagens tão restrito como os dos canais anteriores, ainda sim participa em uma conferência de vídeos/trechos de entrevistas sobre a história e os principais pilotos da F-1, reserva um espaço específico para depoimentos coligados para o debate de Ayrton.

7.2.1 Análise de comentários

O material de análise será a extração da seção de comentários avulsos - sem necessariamente ter alguma correlação justificada - de alguns vídeos compartilhados no YouTube, a fim de pontuarmos certas características presentes nesses discursos publicados e que ativam, desta forma, percepções contagiadas e elaboradas a respeito da interpretação coletiva decorrentes do legado de valores que Ayrton Senna deixou. Posto que essas discussões, um dia, centravam-se essencialmente apenas em conversas restritas, agora as opiniões e impressões pessoais obtém cada vez mais valor se expressos em uma aura propícia para tal. De acordo com Castro (2021, p. 74), essa participação exercida pelos internautas não se enquadra apenas como simples testemunhas, mas passam a constituir "um papel cultural importante de construção de conteúdo juntamente ao produtor do vídeo, de modo que os vídeos e os comentários com suas discussões, instituem novos significados e discussões para o tema central abordado pelo vídeo."

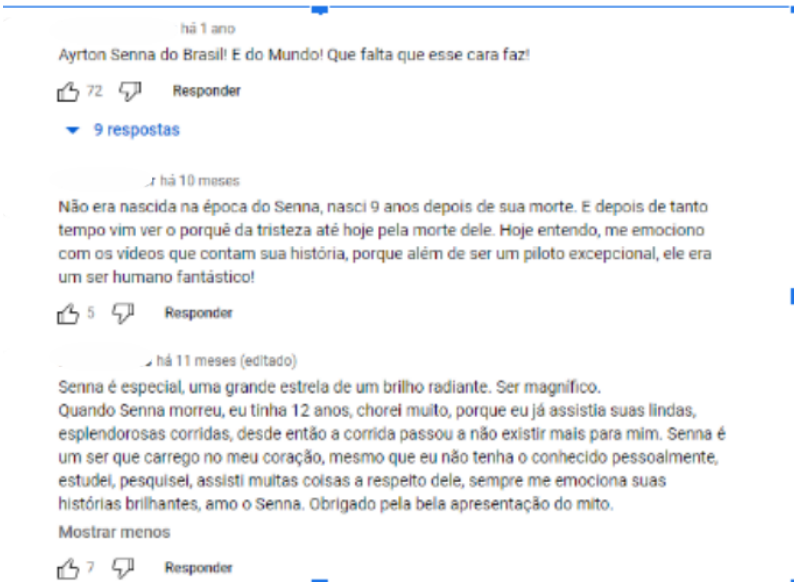
Estabelecido que o YouTube age como dispositivo resistente de armazenamento e compartilhamento de conteúdo e informações mediante as interações, a seguir, verificaremos a primeira análise de um fragmento dos comentários acerca do documentário biográfico *Ayrton Senna do Brasil*, produzido pelo streaming Globoplay e disponibilizado na plataforma. Foram resgatados os seguintes comentários:

Figura 23: Comentários dos internautas sobre a vida e carreira de Ayrton Senna

Fonte:(https://www.youtube.com/watch?v=d_OYnynOVTs) Acesso em: 10 mar.2023

Analisando essa primeira leva de impressões dos internautas, percebemos a ratificação atribuída pelo fascínio dos fãs de Senna em outros lugares do mundo, como Portugal, Angola e Argentina, que aproveitam o espaço para deixarem suas memórias afetivas.

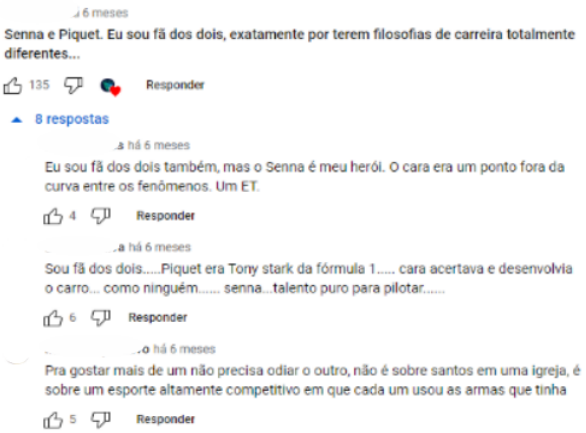
Figura 24: Viagem sensorial: saudade daquilo que não viveu



Fonte: (https://www.youtube.com/watch?v=d_OYnynOVTs) Acesso em: 10 mar.2023

No exemplo acima, notamos o depoimento radioso de uma espectadora que custou a entender a potência e notoriedade do piloto. Em seu comentário, percebemos que ela também acabou sendo fisgada pela constituição midiática e narrativa fundida ao lado pessoal e profissional de Senna, acabando por sentir algo que não chegou a vivenciar: “Hoje entendo, me emociono com os vídeos que contam sua história, porque além de ser um piloto excepcional, ele era um ser humano fantástico!” No comentário inferior da figura, identificamos o eixo do contraponto ao comentário anterior, onde o usuário realmente aparenta ter vivenciado o melhor e o pior do momento, ainda impregnado com veneração ao atleta: “Senna é um ser que carrego no meu coração, mesmo que eu não tenha o conhecido pessoalmente, estudei, pesquisei, assisti muitas coisas a respeito dele, sempre me emociona suas histórias brilhantes, amo o Senna.”

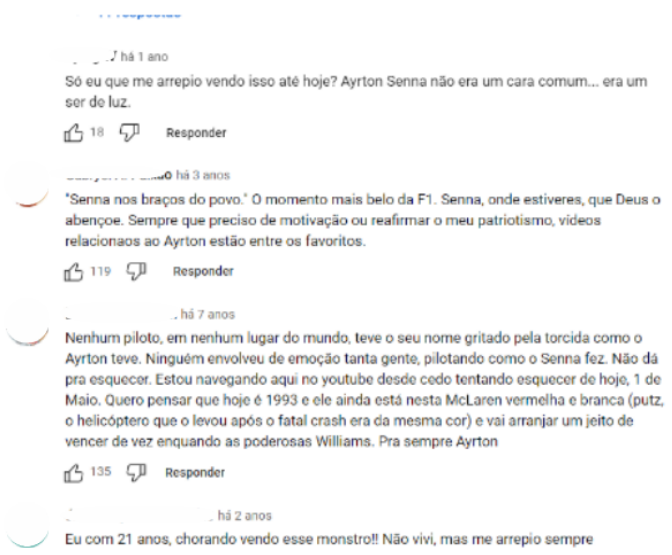
Figura 25: Opinião dos internautas sobre os dois maiores pilotos do Brasil



Fonte(https://www.youtube.com/watch?v=cSsIVgAoBWc) Acesso em: 09 mar. 2023

Distanciando do viés biográfico geral e migrando para aspectos técnicos, examinamos como os espectadores, não tão distantes daquela formação midiática da imprensa dos anos 80 e 90, equiparam Ayrton Senna e Nelson Piquet a níveis de pilotagem. O primeiro comentário, onde defende ser fã dos dois, é rebatido pelo internauta logo abaixo e sua preferência pelo Senna. O seguinte, em resposta, compara a habilidade mecânica de Piquet ao personagem dos quadrinhos Tony Stark. O último comentário salienta que pela alta competitividade nos tempos de Fórmula 1, cada piloto utilizou as "armas que tinha", logo, "para gostar mais de um, não precisa odiar o outro." Embora as discussões sobre a rivalidade entre Senna e Piquet tenham sido postas de lado com o passar das décadas, a preferência de um sobre o outro parece que irá continuar sendo presente, entremeada pela geração atual.

Figura 26: "O momento mais belo da F1"



Fonte:(https://www.youtube.com/watch?v=IChiWBnpVag&t=267s) Acesso: 09 mar. 2023

Extraído da reprodução da última vitória do piloto em Interlagos, 1993, e a invasão da torcida delirante na pista, o exemplo acima elucida novamente como o ressoar da lembrança remanescente perpetua o pensamento do homem e atleta como uma coisa só. Nesta passagem, muito comum, até, em outros vídeos sobre o piloto reflete: "Ayrton Senna não era um cara comum… era um ser de luz" demonstra como a imagem de Senna está para muitos inconscientemente migrado do simbolismo esportivo para o quase santificado. Em um dos comentários, ressaltamos: "Estou navegando aqui no YouTube desde cedo tentando esquecer de hoje, 1º de maio. Quero pensar que hoje é 1993 e ele ainda está nesta McLaren vermelha e branca.", constatando o uso da plataforma, de fato, como consulta e, ao mesmo tempo, funcionando como lugar de zelo em situações melancólicas pelo qual o usuário acaba sendo imerso a um passado repleto de significados. Por fim, o último comentário advém certamente de uma nova prole de fãs do piloto, que se emociona com o acontecimento: "Não vivi, mas me arrepio sempre."

Sendo assim, podemos compreender que o YouTube, além de ser um repositório e veículo de entretenimento na reprodução de vídeos da cultura midiática, é "um lugar onde gerações distintas se encontram e se reconhecem." (JÚNIOR, 2021, p. 130), principalmente por partilharem de interesses semelhantes. É um passado nostálgico que tende a voltar para experienciar novamente a lembrança, e é um presente que é atraído e acaba sendo incorporado em uma mesma massa, onde a veneração e a repetição de narrativas serão absorvidas, talvez não na mesma intensidade, mas necessário para a sustentação e interligação dos mitos.

7.3 Google Trends: análise das repercussões do nome "Ayrton Senna" nas ferramentas de buscas.

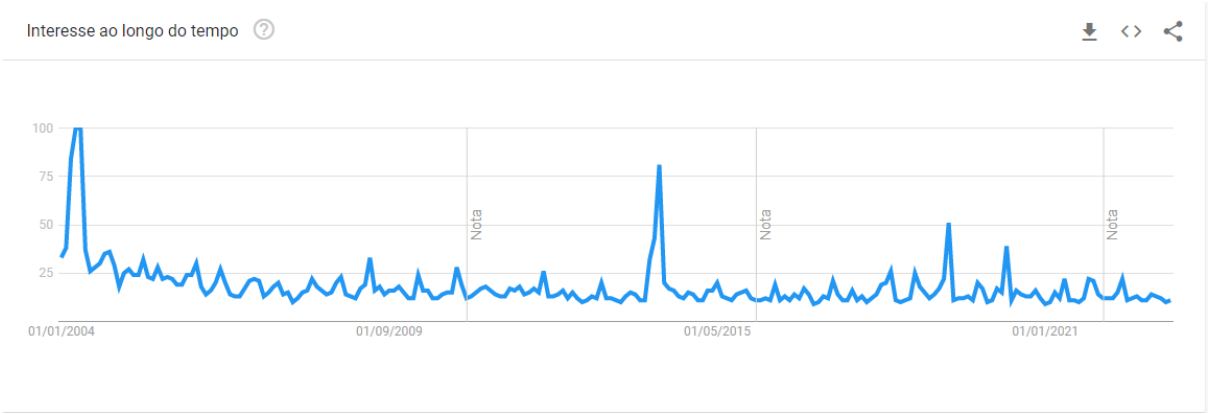
Ao longo desta pesquisa, já foram abordados boa parte dos processos atuantes no resgate da imagem do ídolo graças aos dispositivos que armazenam a induzem a memória coletiva protegidas sob a égide dos suportes virtuais, no compartilhamento e na interação de informação, onde além de ter a manutenção ordenada pelos admiradores, a imagem estará em um local assegurado para sua "sobrevivência" à posteridade. Agora, a segunda parte do estudo será na concentração da esquematização do termo "Ayrton Senna", proferido pelo instrumento de pesquisa Google Trends, que concede a averiguação de buscas sobre

determinado assunto em um período pré ou não estabelecido no site do Google a partir do ano de 2004. Em detrimento de outras ferramentas de pesquisa, o Trends recolhe dados de pesquisas efetuadas em várias partes do mundo, categoriza dados e estatísticas em hora, local ou categoria específica e ainda promove a explanação do comportamento de pesquisa e tópicos relacionados por tendências (GOOGLE, 2023). Para o escopo, trabalharemos os seguintes períodos: 2004, 2009, 2014, 2019 e 2023, considerando o como verificação de busca o nome do ex-piloto para o levantamento do estudo.

É importante enfatizar que a escolha dos anos a serem investigados não será por acaso: eles refletem o momento onde a figura de Senna regressa, em outros direcionamentos, à relevância midiática, pois, excetuando o ano de 2023, todos os outros referem-se na marcação do seu "aniversário de morte" (10, 15, 20 e 25 anos, respectivamente) e assim examinar a frequência das consultas e pesquisas feitas que foram armazenadas nesta ferramenta com o propósito e as motivações com o que o ídolo passa a ter a pertinência recuperada em momentos em que a as impressões sobre o trágico fato voltam a ser despertadas.

Com o propósito de afunilar o objeto de pesquisa e evitando-se intermediários que possam não ser tão relevantes para a discussão, definiremos os seguintes termos aplicados nas palavras-chaves: Ayrton Senna, Morte do Piloto Ayrton Senna, comparação do seu nome com seus rivais: Prost, Piquet e Schumacher e uma observação simples como sua presença é atuante aos grandes astros do automobilismo da atualidade: Lewis Hamilton e Max Verstappen (atual bi-campeão mundial) para que, desta forma, poderemos ter uma amostra partilhada e de fácil compreensão a fim de encontrar em qual ponto a figura do herói estava, está e estará a partir da projeção desempenhada pelo norte da pesquisa. Também é válido dizer que esse tipo de consulta precisa ter saltos temporais panorâmicos porque estamos contemplando apenas a reação dos usuários ao longo dos anos quando Ayrton Senna regressa de alguma forma na mídia.

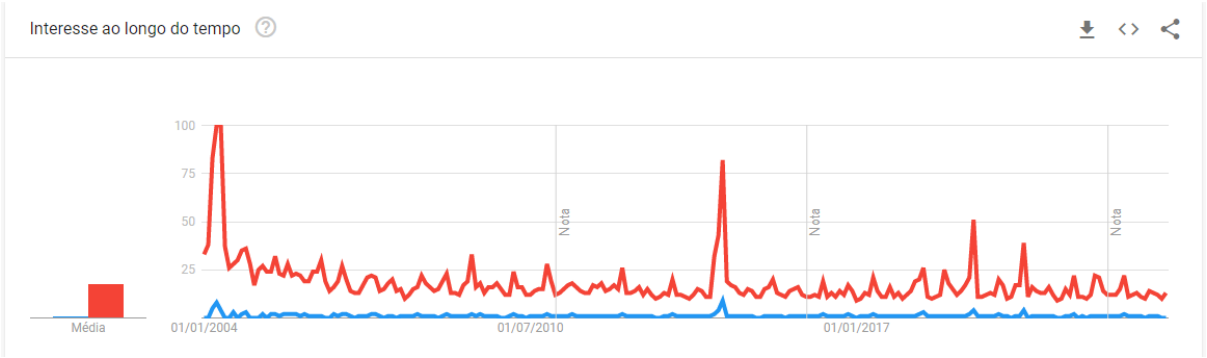
Figura 27: O termo pesquisado "Ayrton Senna" através da ferramenta Google Trends



Fonte: Dados da pesquisa

O fragmento acima foi retirado após a consulta do termo “Ayrton Senna” advinda da consulta do Trends. Inicialmente, proponho uma visualização geral no espaçamento de 19 anos desde o lançamento da plataforma até o averiguado momento (março de 2023). As maiores incidências de picos apresentados na figura representam justamente os meses de abril e maio - mês da morte do piloto. Neste período registrado, notamos uma procura maior pelo nome do piloto em relação aos outros no espaço amostral na data em que o piloto foi homenageado/revisto à menção dos 10, 20 e 25 anos da sua morte. Interessante pontuar que em 2009, o registro dos 15 anos da morte do piloto na mesma época, a incidência da procura foi a menor registrada pelo Trends.

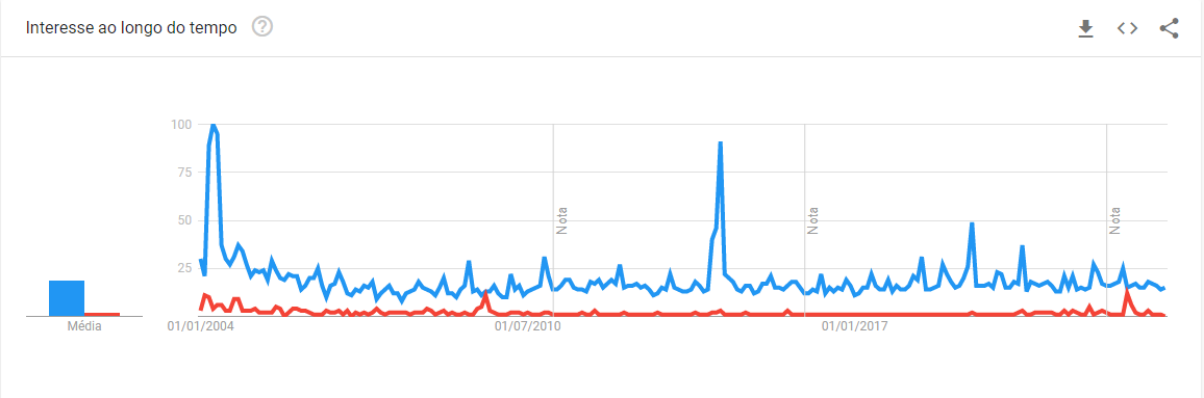
Figura 28: O termo pesquisado “A morte de Senna” através da ferramenta Google Trends



Fonte: Dados da pesquisa

Haja vista que a morte de Senna ainda acalenta muita curiosidade, utilizei a uma terminologia sobre o tópico do fato (em azul) e o próprio termo de pesquisa Ayrton Senna piloto (em vermelho). No espaçamento oferecido pela plataforma, verificamos que o segundo termo ainda é o mais pesquisado em desvantagem à própria pesquisa sobre a morte do piloto, de fato. Contudo, ainda assim os maiores picos são mais incendidos nos meses próximos a maio e em anos que marcam justamente a cada quinquênio.

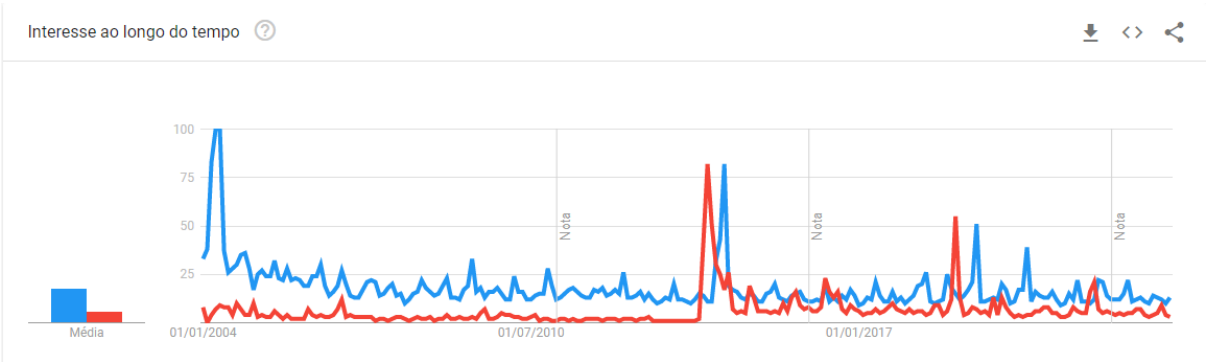
Figura 29: Ayrton Senna e Nelson Piquet



Fonte: Dados da pesquisa

A comparação acima é sobre o comparativo de pesquisas registradas pelo Trends entre Senna (em azul) e seu rival brasileiro, Nelson Piquet (em vermelho). Novamente, comprovando não apenas as preferências da imprensa e mídia, as ferramentas de busca dos usuários continuam a evidenciar o "favoritismo" do ídolo.

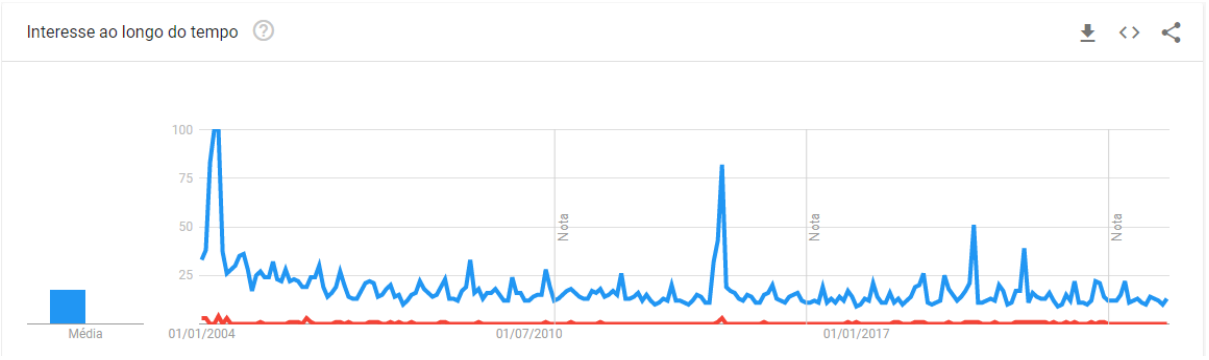
Figura 30: Ayrton Senna e Michael Schumacher



Fonte: Dados da pesquisa

Neste comparativo, Senna (em azul) e seu último grande rival, o alemão Schumacher (em vermelho), ambos aparecem relativamente próximos. Mesmo com poucas corridas que competiram entre si, Schumacher despontou como herdeiro dos holofotes da Fórmula 1 após o desaparecimento do brasileiro. A figura também pode ser interpretada, em certas inclinações, como o reconhecimento do piloto alemão, sendo mais próximo da geração pós-Senna em contraponto a outros rivais da categoria, conforme veremos logo abaixo.

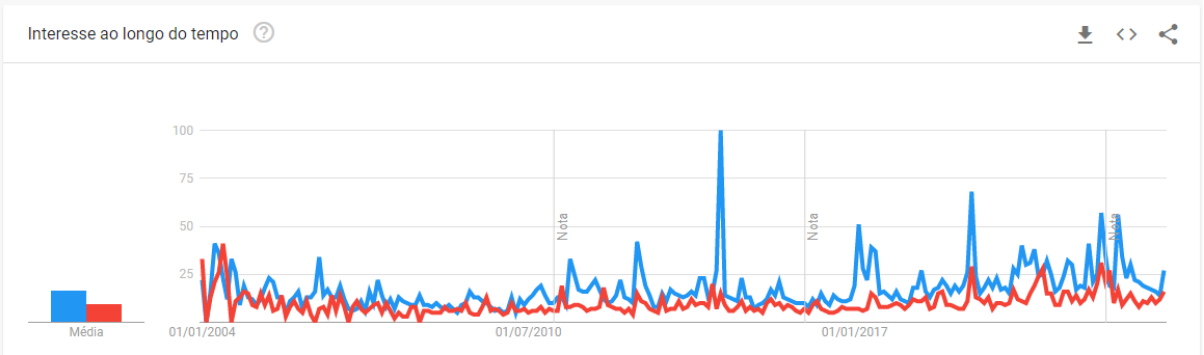
Figura 31: Ayrton Senna e Alain Prost (Google Trends Brasil)



Fonte: Dados da pesquisa

Aqui, foi verificado como o termo de buscas Senna (azul) x Prost (vermelho) mostra-se nessa perspectiva oferecida pela ferramenta. É perceptível como mais acessos sobre o ex-piloto prosseguiu-se com o passar do tempo, enquanto é reservado ao rival francês o tratamento incólume e exíguo. Todavia, equivoca-se quem acredita que esses resultados estão creditados nesta forma em uma investigação limitada somente à versão brasileira do mecanismo. Vejamos a próxima análise:

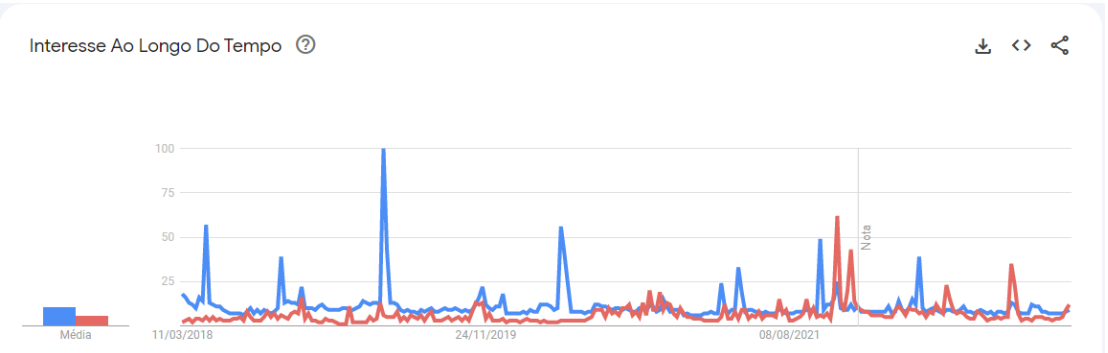
Figura 32: Ayrton Senna e Alain Prost (Google Trends França)



Fonte: Dados da pesquisa

Em consulta ao Google Trends França, utilizando-se das exatas condições de pesquisa, a conferência entre o astro Alain Prost (em vermelho) e Senna (em azul). Em semelhança com o resultado obtido pela versão brasileira, nesta, as buscas pelo brasileiro estão adjacentes com a pesquisa pelo francês. Com o passar do tempo, os resultados pelos conteúdos começam a transcrever a uma condicionalidade acrescente instável para o tributo do ex-piloto nacional, enquanto, no mesmo espaço de amostra, ainda que tenha feito ações participativas (inclusive, até hoje) dentro do próprio país, a pesquisa por "Prost" continua na retaguarda em incidência naturalmente acometidas em certos períodos que acentuam o acidente do Ayrton.

Figura 33: Ayrton Senna e Lewis Hamilton

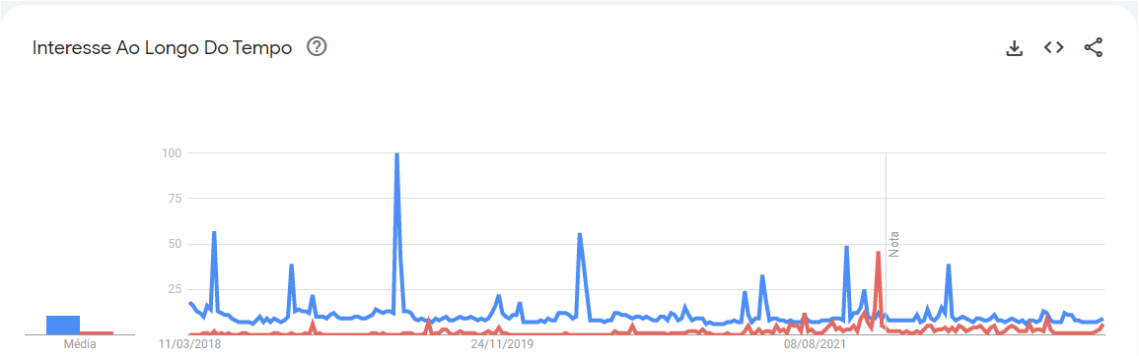


Fonte: Dados da pesquisa

Para a análise desses dados, optou-se por excluir o intervalo de tempo do ano de 2004 e começar a coleta de informações projetadas a partir do ano de 2018. A justificativa é que para fazermos uma comparação mais justa, foi preciso ajustar a observação para aproximarmos do momento em que piloto britânico - e sete vezes campeão do mundo - Lewis Hamilton já possuísse ao seu dispor todos os holofotes da imprensa e dos espectadores da Fórmula 1. Fã declarado e incondicional de Senna, Hamilton, aos poucos foi ganhando um lugar ao sol e favoritismo junto da torcida brasileira. Verificando a figura acima, notamos que o gráfico de busca pelos termos de Ayrton (em azul) e Lewis (em vermelho) vão ascendendo quanto mais o tempo se aproxima do tempo presente. Em alguns períodos chegam a tocar-se e até mesmo "disputar" o número de acesso pelas buscas.

Como exemplo dessa força, no dia 14 de novembro de 2021, realizou-se mais um Grande Prêmio do Brasil, marcando a vitória do piloto britânico. Durante a premiação, Hamilton decidiu homenagear não apenas seu ídolo, mas também referenciar os brasileiros em um local que trazia memórias inesquecíveis ao levantar a bandeira do Brasil, como Senna tantas outras vezes o fizera. Após o tributo de Hamilton, a procura pelo o nome de Ayrton teve um aumento de 583% e a *hashtag* "Senna" liderou isoladamente no trending topics da rede social Twitter em 26 países e o perfil oficial do piloto no Instagram também registrou um aumento estrondoso com mais de 6.000%[17]. Após o acontecimento, pelo menos nos mecanismos de buscas, Hamilton continua tendo uma procura bastante acentuada junto ao seu ídolo.

Figura 34: Ayrton Senna e Max Verstappen



Fonte: Dados da pesquisa

[17] Dados obtidos através do site www.pensenumanotice.com.br. Disponível em: https://pensenumanoticia.com.br/apos-homenagem-de-lewis-hamilton-a-ayrton-senna-no-ultimo-domingo-nome-do-idolo-brasileiro-cresce-583-nas-buscas-no-google/. Acesso: 07 mai 2022

Por fim, nossa última análise é um comparativo entre Senna (em azul) e o atual bi-campeão mundial de automobilismo (títulos de 2021 e 2022), o neerlandês Max Verstappen, a partir do ano de 2018. Polêmico e com uma rivalidade declarada a Hamilton, rapidamente conquistou seu lugar na categoria onde começou a carreira no ano de 2015. Tendo alguns tablóides que chegaram a compará-lo com a atuação do brasileiro. Inclusive, Verstappen já está entre os melhores da sua geração, obtendo praticamente uma hegemonia isolada nas pistas.[18] Possivelmente seja por isso um dos motivos do acesso que seu nome surja próximo ao do piloto.

Dentro de todos contextos analisados, depreendemos que não importava o espaço amostral, ou conteúdo da pesquisa, ou a quaisquer menções de evidências a figuras que um dia vivenciaram o piloto ou as que foram, de certa forma, influenciadas a posteriori de seu rompimento, a ávida procura por Ayrton Senna persiste. Independente de como regressa a este plano, seja advindo de homenagens, reportagens, reproduções audiovisuais, ou de associações, o que resta aos milhares de admiradores fiéis e os conquistados ao passar dos anos, é somente um reflexo simbólico que infla-se porque é absorvido como "o ideal".

Enquanto houver dispositivos que asseguram para comunidades que estejam dispostas a reviver, mesmo a título de curiosidade, entre os três formatos contemplativos de lugar de memória na internet, a vida de um personagem importante continuará a ser vivida mesmo sem ele graças a: a **rede social** como representativa imagética preservada e inalterada, perfeita para a proliferação e o encontro de admiradores; o **YouTube** como floreio interativo e de resgate documentado em audiovisual e a facilidade do compartilhamento da memória; e a banalidade da consulta pelos **mecanismo de busca** à vista de uma comunicação plural imersa em uma teia praticamente infinita de informações.

Em atuação conjunta, estes formatos continuarão a atribuir valores e significados característicos, cada um à sua maneira, em nome da veneração e da memória social. Não suportando o sentimento da perda, os seguidores encontram inúmeros meios para certificar-se que seu afeto e admiração, assim como o ídolo, não se perca, cultivando-o em uma nova realidade, pronta para retomar e receber novos seguidores. Essa é, aliás, a sina perpétua do herói, assim como comenta VERNANT (1978, p. 40): "tornada lendária, sua figura tece, associada com outras, a trama permanente de uma tradição que cada geração deve aprender e tornar sua para aceder plenamente, através da cultura, à existência social**.**

---

[18] Artigo extraído do site www.autoracing.com.br. Disponível em: https://www.autoracing.com.br/verstappen-tem-uma-qualidade-que-senna-tambem-dominava/ Aceso em: 10 mar. 2023

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não é de hoje que as velhas - e emocionantes - relações humanas são fantásticas e impressionantes ferramentas de estudo. E o mais fantástico é a capacidade que os seres humanos desempenham ao estimular tais relações dentro de uma pauta que seja, ao mesmo tempo, dramática, comercial, jornalística e de interesse mútuo. Como em um barco à deriva, as novas situações de vida fazem-nos subversivos ao papel da comunicação social, sendo presença indispensável na captação de momentos históricos do mundo moderno e que, nas últimas décadas, têm guiado sociedades diversas a viverem e a estarem presentes no digital, transportando não apenas o nosso "eu", como também os nossos sentimentos, sensações e, é claro, a memória.

Por mais que novas formas de fazer comunicação foram se modificando e/ou adaptando-se para acompanhar a necessidade transmídia da sociedade, aparentemente "certas imagens" também acoplaram-se nestes movimentos. De forma análoga às narrativas mitológicas, Ayrton Senna transcendeu suas realizações na Fórmula 1, passando de um piloto de automobilismo para uma figura tida e levantada como heróica, cujo legado foi ressoado pelo imaginário de seus seguidores e pelos próprios veículos que acompanharam sua trajetória e em nome de um amor "patriota". Rubio (2001, apud RUBIO, 2017, p. 28) uma vez reiterou que esportistas já notáveis precisavam "percorrer um caminho comum", fazendo feitos admiráveis em determinados momentos para os elevar, então, "em um nível diferenciado de seus semelhantes, tornando-se exemplo para os mais jovens e objeto de admiração para os mais velhos, alcançando assim a posição de ídolos nacionais ou internacionais."

Em linhas gerais, esta pesquisa teve como principal finalidade evidenciar como os processos comunicativos foram imprescindíveis na construção desse objeto. Foi partindo dessa ideia que traçamos cada um dos feitos desempenhados em vida pelo piloto. Conforme vimos, os progressos da midiatização foram um dos principais meios influentes para fomentar a base da construção e da idealização do "brasileiro ideal", isto é: cujos valores emocionais e culturais estão direcionados politicamente dentro de um sistema para legitimar uma identidade (VIEIRA; YARED, 2013, p. 144). Neste estímulo, a mídia passou a concentrar toda atenção na promoção de Ayrton, que também foi um agente consumidor da própria imagem, começando a conquistar uma tremenda relevância, distanciando-se de um público que inicialmente só consumia conteúdos esportivos e adentrando-se em um sistema mais amplo para ser visto e reconhecido, criando-se, desta forma, duas pessoas públicas: o Senna

como piloto, e Senna como celebridade. “Personalidades” definidas e dissipadas pela exposição de produtos (trans) midiáticos, como a televisão, potencializador dramático, o jornal, como fonte narrativa, e a internet, que realimenta o imaginário. Todos estes elementos, em conjunto, possuem uma relação essencial em um tema como este, estando acorrentada ao sujeito em vida, na hora de sua morte - testemunhada por milhões de pessoas - e até décadas depois.

Também representando uma alegoria de exaltação da memória, esta monografia dispôs-se a resgatar Senna primeiro como pessoa, depois como piloto e, por fim, como “herói”, em quatro estágios segmentados de análises: através de procura de acervos jornalísticos, de peças publicitárias veiculadas na televisão, a sua “marca”, que sustenta o espectro de suas ideais e a sua nova morada no ciberespaço, restituindo-se a metáfora da idealização de quem foi este “ídolo nacional”, seu "simbolismo" e de como a sua presença - não mais física - conseguiu exceder da memória coletiva e estar sobrevivendo em um “templo transmidiático” evidenciado, posteriormente, pelas plataformas digitais - antros de compartilhamento e da interação constante entre velhos e novos usuários.

Por entre a coleta de falas anônimas, de autoridades na categoria ou teóricos, que reproduzem e dimensionam a importância do objeto analisado, entendemos que o piloto está adjunto da sociedade e, ao mesmo tempo, não. Na realidade, o que resta é apenas um processo de fossilização social, que multiplicam com a configuração do imagem incólume, cultivada e mantida por “guardiões” leais, facilitando o acesso para as gerações que não acompanharam o piloto em vida e, mesmo que não se tenha despertado as mesmas significações ou sensações como a da geração anterior, ainda assim vimos alguns exemplos que denotam o mesmo teor da fascinação, descartando-se se é uma ação influenciável a partir do consumo desses conteúdos disponibilizados e que alimentam o mito ou não, deste e de outros países. Além dessa aquisição, em um futuro próximo, caberá a essa geração atual - atraída pelos conteúdos que possuem a característica de reservar o mito - continuar a conservar ou preservar esta imagem, mesmo que para isso surjam outros dispositivos tecnológicos.

Ressaltamos que mesmo com os avanços da mídia e, por conseguinte, o desbotamento de personagens emblemáticos, como Ayrton Senna, pela ação do tempo, depreendemos que uma suposta “substituição” nunca acontece, já que foi firmado em três condições: a primeira, pelo ambientação pelo qual se destacou (neste caso, um esporte de alta categoria), a segunda por escolher e ser submetido a carregar um “fardo” como pessoa pública, o terceiro implementados por fãs, que passam a evidenciar o contexto de sua reaparição, porque é essa

imagem impregnada de valores essenciais - perseverança, determinação, etc. tão pregadas por Senna em vida, ainda são bem quistos, porque, no fundo, representa um país que se destaca e que pode estar entre os melhores do mundo. Em verdade, é um tema que ainda oferece diversas possibilidades, pois um estudo como este merece ainda mais análises para descaracterizar a dependência mútua entre a comunicação e a relação humana, que nega-se a desapegar-se do passado e, ao mesmo tempo, o venera, o tem como modelo. O tempo avança e mesmo com críticas, novas figuras saem e entram à disposição para serem reverenciadas, mas muitas poucas tornar-se-ão parte de uma concordância coletiva, afinal, ele não foi, é e sempre será o Ayrton Senna **do** Brasil?

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Davi José Narvy. O Brasil dos anos 90: um balanço. Leituras de Economia Política, nº 9, p. 63-89, 2001. Disponível em: https://www.eco.unicamp.br/images/arquivos/artigos/LEP/L9/LEP9_04Davi.pdf. Acesso em 06 de fev. 2023

AYRTON SENNA. Disponível em: <https://www.ayrtonsenna.com.br/> Acesso em: 06 fev. 2023

AYRTON SENNA INSTITUTE - 25 years. *[S.l.: S.n.*] 2019. 1 vídeo (4 min). Publicado pelo canal Instituto Ayrton Senna. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=zb3hJo61zx4&t=69s. Acesso em: 6 fev. 2023.

AYRTON SENNA: Vitórias nas pistas e na publicidade, [*S.l:S.n.*]. 2014. 1 vídeo (5 min) Publicado pelo canal Meio&Mensagem. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=DVo3w-JK19w & t=1s. Acesso em: 5 fev. 2023.

AYRTON SENNA diz que não vai mais aceitar críticas de Nelson Piquet. Folha de S. Paulo [online], São Paulo, 19 fev. 1987. Esportes. Disponível em: https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=9783&anchor=4284389&origem=busca&originURL=&pd=62baa1cfac73e1fb951bd85e846738c8. Acesso em: 6 jan. 2023.

BATISTA, T; VELÁZQUEZ, C. O papel da Rede Globo na consolidação do mito Ayrton Senna. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, nº 41, 2018, Joinville-SC, p. 01-16 Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0036-1.pdf. Acesso em: 15 mar. 2023

BARTHES, Roland. Mitologias. Rio de Janeiro: Difel,1980.

BARRETO, F. A dor e a delícia de ser o que é a brasilidade e o caso do pertencimento como disciplina. Orientador: Artur Fragoso de Albuquerque Perrusi. 2012. 283 f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Faculdade de Ciências Humanas, Letras e Arte, UFPB, João Pessoa, 2012. Disponível em: https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/12926/1/Arquivototal.pdf. Acesso em: 13 mar. 2023.

BARRETO, L. C. M. O marketing esportivo no automobilismo A importância do marketing esportivo no processo de construção da carreira de um piloto no kart. Orientador: Tatyanna Braga. 2006. 50 f. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, FASA, Brasília, 2006. Disponível em: https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1409/2/20320921.pdf. Acesso em: 5 fev. 2023.

BERGER dá vitória à Ferrari após 37 GPs. Folha de S. Paulo [online], São Paulo, 2 nov. 1987. Disponível em https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=10039&anchor=4125297&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=444497e772c98a57701b06023db7e3b0. Acesso em 10 jan. 2023

CASTRO, H. T. T. Percepções da teoria da evolução e seleção natural em comentários no Youtube. Orientador: Ildeu de Castro Moreira. 2021. 122 f. Dissertação (Mestrado em Divulgação Científica) - Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/50591/000247319.pdf?sequence=2&isAllowed=y. Acesso em: 10 mar. 2023.

CAMPBELL, J. O Herói de Mil Faces. São Paulo (Sp): Pensamento, 2010.

CAMPBELL, J. O Poder Do Mito / Joseph Campbell, com Bill Moyers Org. Por Betty Sue Flowers. São Paulo: Palas Athena, 1990

CUNHA, R. M. A Memória na era da reconexão e do esquecimento. Em Questão, Porto Alegre, v. 17, n. 2, p. 101-115, jul./dez. 2011. Disponível em: https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/9927/2/A_memoria_na_era_da_reconexao_e_do_esquecimento.pdf. Acesso em: 2 mar. 2023

DORNELLES, G. H. Telles; Patrocínio esportivo Uma eficaz ferramenta de comunicação. Orientador: Gisele Mota Ramos. 2006. 32 f. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Faculdade De Ciências Sociais Aplicadas , FASA, Brasília, 2006. Disponível em: https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1458/2/20114387.pdf. Acesso em: 3 fev. 2023.

FANTÁSTICO - Morte de Ayrton Senna - 01/05/1994. [*S.l: S.n.*], 2019. 1 vídeo (1:13min). Publicado pelo canal Plantão Esportiivo. PLANTÃO ESPORTIVO. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=gU934t4cuzg. Acesso em: 21 fev. 2023.

FARIA, J. N. Marketing esportivo marca x atleta. Orientador: Tatyanna Castro. 2008. 49 f. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, FATECS, Brasília, 2008. Disponível em: https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/2036/2/20476681.pdf. Acesso em: 15 jan. 2023

FRAGA, B. A. Os heróis da pátria: Política cultural e história do Brasil no governo Vargas. Orientador: Ângela de Castro Gomes. 2012. 168 f. Dissertação (Mestrado em História) Faculdade de Ciências Humanas, UFF, Niterói, 2012. Disponível em: https://app.uff.br/riuff;/bitstream/handle/1/16205/Dissert-andre-barbosa-fraga.pdf?sequence=1&isAllowed=y.Acesso em: 10 mar. 2023

FRANÇA, Rodrigo; SANTORO, Luís Fernando. Ayrton Senna e o jornalismo esportivo. 2006.Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

FREITAS, Janio de. Campeão da F-McLaren equilibra determinação e lucidez. Folha de S.Paulo [online], São Paulo, 31 out. 1988. Esportes. Disponível em: https://acervo.folha.com.br/compartilhar.do?numero=10403&anchor=4173917&pd=13e8a783ade4ab0fee69469c0eb930ad. Acesso em: 22 dez. 2022.

GP DE PORTUGAL 1985, primeira vitória de Ayrton Senna na F1. [*S*.l: *S.n*.] 2017, 1 vídeo (4 min). Publicado pelo canal Pedro Sabino. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=5vF43y5ZaVI. Acesso em: 15 dez. 2022.

GONÇALVES, Marco Augusto. Jacarepaguá vira recreio para Prost. Folha de S.Paulo [online],São Paulo, 04 abr. 1988. Esportes. Disponível em: https://acervo.folha.com.br/compartilhar.do?numero=10193&anchor=4114873&pd=bed7dc20e730f3f472c1181a5c47bd28. Acesso em: 22 dez. 2022.

GONÇALVES, S. M. L. P. Rever Senna: da morte de um ídolo à construção do herói contemporâneo. Comunicação Mídia e Consumo, , v. 9, n. 24, p. 265–288, 2012. DOI: 10.18568/cmc.v9i24.256. Disponível em: https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/256.

GOMES, Flávio. Para Ayrton, Deus foi o responsável pela vitória. Folha de S.Paulo [online], São Paulo, 25 mar. 1991. Esportes. Disponível em: https://acervo.folha.com.br/compartilhar.do?numero=11278&anchor=4912241&pd=8cd1a961cdfa8a99e3f16ebaca5d62d3. Acesso em: 22 dez. 2022.

GOMES, Flávio. Acidente mata Ayrton Senna. O Globo [online], São Paulo, 02 maio. 1994. Disponível em: https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=12411&anchor=4959570&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=1da58d793e59653a0fde6ce31df9dcdc. Acesso em: 17 fev. 2023

GOOGLE. Google Trends. [s.l.], [2023a]. Disponível em: trends.google.com.br/trends/?geo=BR.

GRAÇA, Milton. McLaren recorre pela vitória de Senna. O Globo [online], Rio de Janeiro, 23 out. 1989. Esportes. Disponível em: https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=198019891023. Acesso em: 22 dez. 2022

HELAL, Ronaldo. Mídia, Ídolos e Heróis do Futebol. Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física, Santa Maria, Rio Grande do Sul, v. 2, p. 32-52, 1999.

HOUAISS, Antônio. VILLAR, Mauro de Salles. Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. 2 ed. Rio de Janeiro. Objetiva. 2004

ITIBERÊ, Celso. Elegância de Tricampeão. O Globo [online], São Paulo, 21 out. 2023. Disponível em: https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=19901991102. Acesso em: 16 jan. 2023

ITIBERÊ, Celso. O maior piloto de todos os tempos. O Globo [online], Rio de Janeiro, 21 ou. 1991. Disponível em: https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=199019911021. Acesso em:

ITIBERÊ, Celso. Senna!. O Globo [online], Rio de Janeiro, 02 maio. 1994. Disponível em: https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=199019940502. Acesso em:

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência**.** 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JORNAL HOJE - Morte de Ayrton Senna - 02/05/1994 Parte 1 de 03. *[S.l.: S.n.*] 2010. 1 vídeo (6 min). Publicado pelo canal ALXQUEIROZ. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=eXyQEeN0f6I. Acesso em: 26 fev. 2023.

JORNAL HOJE - Morte de Ayrton Senna - 02/05/1994 Parte 03 de 03. *[S.l.: S.n.*] 2010. 1 vídeo (6 min). Publicado pelo canal ALXQUEIROZ. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=fCO0DgwMFqo. Acesso em: 26 fev. 2023.

JORNAL NACIONAL - 02/05/1994 (Globo), *[S.l.: S.n.*] 2017. 1 vídeo (44 min) Publicado pelo canal. Arquivo Marckezini. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=pXVxXbgHIec. Acesso em: 26 fev. 2023.

JORNAL NACIONAL - 03/05/1994 (Globo), *[S.l.: S.n.*], 2017. 1 vídeo (21 min) Publicado pelo canal Arquivo Marckezini. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=B7pn9LKqg0c. Acesso em: 21 fev. 2023.

JORNAL NACIONAL - 04/05/1994 (Globo), *[S.l.: S.n.*] 2017. 1 vídeo (37 min) Publicado pelo canal Arquivo Marckezini. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=qbIrPwSrLaY. Acesso em: 26 fev. 2023.

JUNIOR, S. R. H. O YouTube e a construção da memória coletiva: uma análise do canal do programa de TV Diversidade como lugar de memória da cultura local. Orientador: Ed Porto Bezerra. 2021. 170 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas) - Faculdade de Comunicação, UFPB, João Pessoa, 2021. Disponível em: https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/26097/1/HermanoRibeiroDaSilvaJunior_Dissert.pdf. Acesso em: 7 mar. 2023

KOVÁCS, Maria Júlia. Morte e desenvolvimento humano. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1992. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5746705/mod_resource/content/3/KOV%C3%81CS%2C%20M.%20J.%20-%20Morte%20e%20Desenvolvimento%20Humano.pdf. Acesso em: 18 mar. 2023.

KOTHE, Flávio. O Herói. São Paulo: Editora Ática, 2000.

LE GOFF, J. História e memória. Campinas - SP. Editora UNICAMP, 1990. Disponível em: https://www.ufrb.edu.br/ppgcom/images/Hist%C3%B3ria-e-Mem%C3%B3ria.pdf. Acesso em: 26 fev. 2023

LENGYEL, Janio. A corrida tranquila de um grande campeão. O Globo [online], Rio de Janeiro, 24 out. 1983. Esportes. Disponível em: https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=198019831024. Acesso em: 16 dez. 2022

LENGYEL, Janio. Piquet bate recorde e é "pole-position". O Globo [online], Rio de Janeiro, 07 abr. 1984. Esportes. Disponível em: https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=198019840407. Acesso em: 6 jan. 2023

LUZ, P.A.; AMARAL, G.R. Memória e esquecimento no ciberespaço: a subjetividade na era da comunicação digital [*S.l:S.n.*]. Disponível em: https://encuentros.virtualeduca.red/storage/ponencias/bahia2018/BWXkjuXjRCQ106dIGqPKkdBN8KPuz46KZ35Cl5fD.pdf. Acesso em: 03 mar. 2023.

MARTINS, Lemyr. Uma Estrela Chamada Senna. São Paulo: Editora Panda, 2001.

MARQUES, Sérgio. Desabafo de um corredor obstinado. Jornal do Brasil [online], Rio de Janeiro, 29 mar. 1993. Disponível em: https://news.google.com/newspapers?nid=0qX8s2k1IRwC&dat=19930329&printsec=frontpage&hl=pt-BR. Acesso em: 22 dez. 2022.

MATOS, O. C. F. Construção e desaparecimento do herói: uma questão de identidade nacional. Tempo Social; Rev. Sociol. USP, S. Paulo, 6(1-2): 83-90, 1994 (editado em jun. 1995). Disponível: https://www.scielo.br/j/ts/a/VwYN4TYNLbBskghLTT7k6Zm/?lang=pt&format=pdf. Acesso em: 10 fev. 2023

MCLAREN ficou “inviável”, reclama Senna. Folha de S.Paulo [online], São Paulo, 15 mar. 1993. Esportes. Disponível em: https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=11998&anchor=4780625&origem=busca&originURL=&pd=4bf2c4264ae9d2b6fa8c45a1fedb1c85. Acesso em: 22 dez. 2022.

MESQUITA, Carlos. Senna quebra recordes e sai na “pole”. Jornal do Brasil [online], Rio de Janeiro, 24 mar. 1991. Primeira página. Disponível em: https://news.google.com/newspapers?nid=0qX8s2k1IRwC&dat=19910324&printsec=frontpage&hl=pt-BR. Acesso em: 20 dez. 2022.

MULLER, Lutz. O Herói: Todos nascemos para ser heróis. São Paulo: Cultrix, 1992

MUSSA, Felipe de Sá. Construção do Ídolo Esportivo Na Mídia. Orientador: Micael Herschmann. 2010. 57 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) Faculdade de Comunicação, UFRJ, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/2639/3/FSMussa.pdf. Acesso em: 4 jan. 2023.

OLIVEIRA, M. T. DE. Esporte e política na ditadura militar brasileira: a criação de um pertencimento nacional esportivo. Movimento (ESEFID/UFRGS), v. 18, n. 4, p. 155, 20 out. 2012. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/32108/23453. Acesso em: 10 mar. 2023.

PÁDUA, G. A Internet Como “Lugar de Memória”: A Sobrevivência da Imagem do Herói Político no Ciberespaço 1. [*S.l: S.n.*]. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2017/resumos/R56-0183-1.pdf. Acesso em: 17 fev. 2023.

PEÇANHA, W.; CAMPOS, I. Mitos e Arquétipos do Herói na Divulgação Esportiva e na Construção da Identidade 1. ntercom ñ Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. p. 01-14, 2008. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2008/resumos/R9-0404-1.pdf. Acesso em: 30 jan. 2023.

PIQUET deixa o carro na pista e vai protestar contra Senna. O Globo [online] São, Paulo, 02 nov. 1987. Disponível em: https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=198019871102. Acesso: 16 jan. 2023.

PIQUET afirma: “SENNA - O produto de MARKETING”.[S. l.: s. n.], 2014. 1 vídeo (2 min.) Publicado pelo Canal do Edson. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=-5WTvx3UogU. Acesso em: 4 jan. 2023.

PRONI, M. W. Marketing e organização esportiva: elementos para uma história recente do esporte-espetáculo. Conexões, v. 1, n. 1, p. 73–73, 1998. Disponível em: https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/conexoes/article/view/8638015/5701. Acesso em: 29 jan. 2023

PRADO, Renato. Senna atribui à incompetência de Peter War a sua desclassificação. O Globo [online] São Paulo, 16 nov. 1987. Esportes. Disponível em: https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=198019871116. Acesso em: 11 jan. 2023

REDAÇÃO. Após homenagem de Lewis Hamilton a Ayrton Senna no último domingo, nome do ídolo brasileiro cresce em 583% nas buscas do google. Pense! Numa Notícia. Disponível em:https://pensenumanoticia.com.br/apos-homenagem-de-lewis-hamilton-a-ayrton-senna-no-ultimo-domingo-nome-do-idolo-brasileiro-cresce-583-nas-buscas-no-google/. Acesso em: 7 maio. 2022.

RODRIGUES, Ernesto Carneiro. Ayrton: O Herói Revelado. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2004.

RODRIGUES, Sérgio. Senna diz que sumiu para Piquet aparecer. Jornal do Brasil [online], Rio de Janeiro, 07 mar. 1988. Disponível em: https://news.google.com/newspapers?nid=0qX8s2k1IRwC&dat=19880307&printsec=frontpage&hl=pt-BR. Acesso em: 3 jan. 2023.

RODA VIVA RETRÔ | Ayrton Senna | 1986. [S. l.: s. n.] 2015. 1 vídeo (1h42 min). Publicado pelo canal Roda Viva. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=gpPUsXyqh3s&t=29s. Acesso em: 6 jan. 2023.

RONDELLI, E. & HERSCHMANN, M. A mídia e a construção do biográfico - o sensacionalismo da morte em cena. Tempo Social; Rev. Sociol. USP, S. Paulo, 12(1): 201-218, maio de 2000. p. 201-218. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ts/a/rcH9czyv3rX9pxfTsZTfjxr/?lang=pt&format=pdf. Acesso em: 12 fev.2023.

RUBIO, K. Esporte e Mito. 1. ed. São Paulo: Laços, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Katia-Rubio/publication/323345659_Esporte_e_Mito/links/5a8f22aca6fdccecffffd87d/Esporte-e-Mito.pdf. Acesso em: 15 jan. 2023

RUBIO, K. O atleta e o mito do herói: o imaginário esportivo contemporâneo /Katia Rubio. - 2. ed. - São Paulo, SP: Laços, 2021.

SÃO PEDRO ajuda Senna. O Globo [online], Rio de Janeiro, 29 mar. 1993. Disponível em: https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=199019930329. Acesso em:

SANTOS, Francisco. Ayrton Senna do Brasil. Lisboa: Editora Talento, 1994.

SANTOS, V. M. A. A perpetuação do mito do herói nacional em Tiradentes: poder oculto o livrou da forca', de Assis Brasil. LETRAS EM REVISTA , v. 4, p. 112-130, 2013.

SANTOS, P; ALBUQUERQUE, J. Redes Sociais Online Como Espaços De Memória: Uma Visão A Partir Da Página "Recife De Antigamente". [*S.l: S.n.*]. Disponível em: https://www.brapci.inf.br/_repositorio/2018/01/pdf_a3f5b77b69_0000029166.pdf. Acesso em: 27 fev. 2023.

SCHUH, Marília. A construção do herói Ayrton Senna retratada pela televisão brasileira durante sua carreira. Orientador> Cristiane Lindemann. 2021. 88 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) Comunicação Social, UNISC, Santa Catarina, 2021. Disponível em: https://repositorio.unisc.br/jspui/bitstream/11624/3147/1/Mar%C3%ADlia%20Schuh.pdf. Acesso em: 11 fev. 2023

SENNA, Ayrton. Senna em entrevista a revista Playboy em 1990. [Entrevista cedida a] Mônica Bergamo. **ESPORTESNET**. Disponível em: https://esportesnet.com.br/senna-entrevista-revista-playboy-1990. Acesso em: 18 dez. 2022.

SENNA e o poder. O Globo [online], São Paulo, 06 maio 1994. Disponível em:https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=199019940506. Acesso em: 20 fev. 2023.

SENNA é desclassificado na Austrália. Folha de S.Paulo [online], São Paulo, 16 nov. 1987. Disponível em: https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=10053&anchor=4164642&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=68d51c79784d9fdcb37e1af3d346c048. Acesso em 7 jan. 2023.

SENNA instaura monopólio da vitória. Folha de S.Paulo [online] São Paulo, 21 out. 1991. Disponível em: https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=11488&anchor=4904580&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=7762479c887aad21a217fa6395beed17. Acesso em: 12 jan. 2023

SENNA, A.; PAULA, A. Dia do esportista: há 33 anos, Ayrton Senna recebia prêmio de Esportista do Ano pela Revista Placar. Disponível em: https://www.ayrtonsenna.com.br/dia-do-esportista-ha-33-anos-ayrton-senna-recebia-premio-de-esportista-do-ano-pela-revista-placar. Acesso em: 15 dez. 2022.

SILVA, L. R. F. Marketing esportivo: a força da imagem de um ídolo do desporto nacional no processo de divulgação de uma marca. Orientador: Mauro Castro. 2012. 33 f. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) Curso de Comunicação Social, FATECS, Brasília, 2012. Disponível em: https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1953/2/20606204.pdf. Acesso: 18 jan. 2023

SUASSUNA, Ariano. Auto da Compadecida. 34º edição. Rio de Janeiro; Agir. 2004. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5419645/mod_resource/content/1/Auto%20da%20Compadecida.pdf. Acesso em: 18 fev. 2023

TARTAS, Felipe. Ayrton Senna, Herói de uma Nação: a Reconstrução Sociológica de um Mito Nacional. Orientador: Edson Silva Farias. 2019. 322 f.Tese (Doutorado em Sociologia) Universidade de Brasília, Brasília. 2019. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/35595/1/2019_FelipedosSantosTartas.pdf. Acesso em: 11 jan. 2023.

THE SECRET Life of F1- Show 1 (of 3) Formula 1 documentary. [S. l.: s. n.], 2021. 1 vídeo (49 min) Publicado pelo canal Alex '350'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=VxV4-cPACPk. Acesso em: 17 nov. 2022

THE SECRET Life of F1- Show 2 (of 3) Formula 1 documentary. [S. l.: s. n.], 2021. 1 vídeo (49 min) Publicado pelo canal Alex '350'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=0Ulom_85iIM. Acesso em: 18 nov. 2022

THOMAZI, M. O patrocínio como ferramenta de comunicação estratégica. [*S.*l: *S.n.*]. Disponível em: http://bocc.ufp.pt/pag/thomazi-mara-o-patrocinio-como-ferramenta-de-comunicacao.pdf. p 1-12. Acesso em: 3 fev. 2023.

VALLE, R. F. C.; TELLES, V. O mito do conceito de herói. [*S.l: S.n.*]. Disponível em: http://www.revistadoisat.com.br/pdf/Clea%20Veronica%20Mito%20Heroi.pdf. Acesso em: 02 fev. 2023.

VENANCIO, O. D. R. Heróis Caídos: Terceiridade Humana e Drama Social nos Documentários sobre Fórmula 1 1. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXIII, 2010, Caxias do Sul, RS. p. 01-13. Disponível em: https://philpapers.org/archive/VENHCT.pdf. Acesso em: 28 jan. 2023

VERNANT, J.-P. A bela morte e o cadáver ultrajado. Discurso, nº 9, p. 31-62, 1978. DOI: 10.11606/issn.2318-8863.discurso.1978.37846. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/discurso/article/view/37846. Acesso em: 12 fev. 2023.

VIEIRA, J. A.; YARED, M. L. de M. A construção do ideal identitário brasileiro pela publicidade governamental: uma análise crítica multimodal. Discursos Contemporâneos em Estudo, *[S. l.]*, v. 1, n. 2, p. 129–149, 2013. DOI: 10.26512/discursos.v2i1.0/8293. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/discursos/article/view/8293. Acesso em: 17 mar. 2023.

PLACAR MAGAZINE. Editora Abril, 1987. São Paulo. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=1JVAKEMHOTEC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 04 fev. 2023.

ZAGO, G. DA S.; SILVA, A. L. M. DA. Jornalismo e Mídias Sociais: A representação da memória coletiva através das apropriações no especial multimídia #memorial1109. Contemporanea | Revista de Comunicação e Cultura (PósCom-UFBA), v. 11, n. 1, p. 112–129, 28 mar. 2013. Disponível em: https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6423/6085. Acesso em: 28 fev. 2023.