

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

João Vitor Barrozo Machado

A CONSTRUÇÃO MIDIÁTICA DE AYRTON SENNA NO TELEJORNALISMO
BRASILEIRO: UMA ANÁLISE DE DISCURSO DAS ENTREVISTAS DE 1986, 1989
E 1991

GOIÂNIA

2025

JOÃO VITOR BARROZO MACHADO

**A CONSTRUÇÃO MIDIÁTICA DE AYRTON SENNA NO TELEJORNALISMO
BRASILEIRO: UMA ANÁLISE DE DISCURSO DAS ENTREVISTAS DE 1986, 1989
E 1991**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador (a): Prof. Me. Sabrina Moreira de Moraes Oliveira

GOIÂNIA

2025

João Vitor Barrozo Machado

**A CONSTRUÇÃO MIDIÁTICA DE AYRTON SENNA NO TELEJORNALISMO
BRASILEIRO: UMA ANÁLISE DE DISCURSO DAS ENTREVISTAS DE 1986, 1989
E 1991**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado em sua forma final pelo Curso de
Jornalismo

Goiânia, 13 de dezembro de 2025.

Banca Examinadora:

Prof^a. Me. Sabrina Moreira de Moraes Oliveira
Orientadora
PUC GOIÁS

Prof. Me. Antônio Carlos Borges Cunha
Avaliador
PUC GOIÁS

Prof. Dr. Rogério Pereira Borges
Avaliador
PUC GOIÁS

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso analisa como o telejornalismo brasileiro construiu a representação de Ayrton Senna ao longo de sua trajetória profissional, destacando os elementos simbólicos, emocionais e narrativos que contribuíram para sua consolidação como mito nacional. A pesquisa utiliza abordagem qualitativa, fundamentada na análise de discurso proposta por Orlandi (2009) e Foucault (2014), aplicada a entrevistas concedidas pelo piloto ao programa Roda Viva, Roberto Cabrini e ao Programa de Jô Soares Onze e Meia. O estudo identifica que a mídia televisiva recorreu a critérios de noticiabilidade, enquadramentos afetivos e estratégias discursivas que apresentaram a persona de Senna como herói, exemplo de superação e símbolo de identidade nacional.

Palavras-chave: Telejornalismo. Ayrton Senna. Análise de discurso. Narrativas jornalísticas.

Sumário

INTRODUÇÃO	6
I. Conceito: O que é o jornalismo, noticiabilidade e o telejornalismo	8
1.1. O que é o Jornalismo.....	8
1.3 Telejornalismo	12
1.4. O telejornalismo no Brasil	14
1.5. Quem foi Ayrton Senna	19
1.6. A noticiabilidade e o telejornalismo na cobertura do trágico acidente de Ayrton Senna em 1994.....	21
II: Análise de Discurso e a Metodologia Aplicada.....	24
III: Conclusão.....	32

INTRODUÇÃO

A relação entre jornalismo, memória e representação social constitui um eixo central dos estudos de comunicação, pois revela como os meios selecionam acontecimentos e personagens que passam a integrar o imaginário coletivo. No Brasil, poucas figuras alcançaram tamanha projeção simbólica quanto Ayrton Senna, cuja presença extrapolou o universo esportivo e se tornou parte da identidade nacional. A forma como o telejornalismo construiu essa imagem ao longo de sua carreira, e não apenas após sua morte, mostra como a mídia é capaz de transformar sujeitos reais em mitos culturais, capazes de despertar admiração, emoção e forte identificação pública.

O telejornalismo opera a partir de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e escolhas discursivas que determinam o que será noticiado e de que maneira será apresentado ao público. Nessa dinâmica, a narrativa sobre Senna se estabeleceu de forma contínua, articulando elementos como patriotismo, disciplina, espiritualidade, carisma e superação. Mais do que um atleta vitorioso, Senna foi representado como símbolo de esperança e excelência para um país historicamente marcado por desigualdades e instabilidades políticas. A mídia televisiva, especialmente por meio de entrevistas conduzidas por Roberto Cabrini e Jô Soares, contribuiu para consolidar essa imagem, explorando aspectos pessoais e emocionais que reforçaram o vínculo afetivo entre o piloto e os telespectadores.

Este Trabalho de Conclusão de Curso busca analisar de que maneira o telejornalismo brasileiro construiu essa representação, examinando os processos narrativos, simbólicos e discursivos que contribuíram para a formação do mito Ayrton Senna. Para isso, utiliza-se uma abordagem qualitativa fundamentada na análise de discurso, conforme proposta por Bardin, aplicada tanto ao material jornalístico quanto às entrevistas selecionadas. Esse método permite identificar categorias temáticas, padrões de sentido e estratégias que revelam como o discurso televisivo opera na construção de personagens públicos, em especial quando envolve figuras de grande relevância nacional.

A escolha por trabalhar com as entrevistas do Programa Roda Viva, Roberto Cabrini e ao Programa de Jô Soares Onze e Meia, decorre da relevância dessas conversas na construção da imagem midiática de Senna. Enquanto Cabrini, a partir de uma linguagem mais investigativa

e emocional, evidencia a humanidade e a vulnerabilidade do piloto, Jô Soares, por meio de um formato descontraído e carismático, amplia sua dimensão pública ao expor aspectos mais íntimos de sua personalidade. Ambas as entrevistas funcionam como fontes privilegiadas para verificar como o jornalismo molda percepções, seleciona narrativas e reforça valores-notícia associados à figura do piloto.

Além disso, o estudo dialoga com autores como Denis McQuail, que analisam os efeitos sociais do jornalismo e o poder simbólico dos meios de comunicação, contribuindo para compreender como determinadas representações se perpetuam ao longo do tempo.

Assim, esta pesquisa pretende contribuir para o entendimento do papel do telejornalismo na criação e manutenção de personagens emblemáticos, mostrando que o discurso midiático não apenas informa, mas também produz sentidos, afetos e identidades que permanecem vivos no imaginário nacional.

I. Conceito: O que é o jornalismo, noticiabilidade e o telejornalismo

1.1. O que é o Jornalismo

O jornalismo cumpre o propósito de apuração e divulgação de fatos de interesse coletivo, inicialmente por meio de jornais impressos, expandindo-se ao longo do tempo para revistas, rádios, televisões e, mais recentemente, para meios digitais. Além de sua função social de informar, o jornalismo atua como instrumento de esclarecimento e fiscalização da realidade social, desempenhando papel essencial na manutenção da vida democrática. (PUC-RS 2025)

Por seu caráter informativo, o jornalismo está intrinsecamente ligado ao direito à informação e à liberdade de expressão, pilares fundamentais da democracia moderna. Nesse contexto, ele transcende a mera transmissão de fatos, assumindo uma função de controle social e de visibilidade de questões de relevância pública (PUC-RS 2025).

Para Mauro Wolf, o jornalismo não é configurado meramente como um espelho da realidade, mas sim, um sistema social que constrói versões no mundo a partir de valores, normas profissionais e rotinas produtivas. O autor destaca que a escolha do que se torna notícia está associada a fatores internos e externos do campo jornalístico (Wolf, 1992).

O autor, em seu texto, informa que os fatores internos são aqueles, que se originam dentro de veículos de comunicação, sendo referente à lógica estrutural do trabalho da imprensa, incluindo rotinas produtivas, sendo esta, marcada pela necessidade de agilidade e constante atualização, as quais forçam os jornalistas a selecionarem apenas os fatos que se encaixam no tempo e nos recursos disponíveis. Sendo este, somado aos valores-notícias, fatores são determinantes para ver o que de fato merece virar notícia, juntamente com a linha editorial, que expressa a orientação política, ideológica e econômica de cada meio, influenciando diretamente o encaixe dos fatos. Contudo, a isso são acrescentadas as hierarquias internas das redações em que os editores possuem o poder decisivo final, do que será publicado (Wolf, 1992).

Enquanto os fatores externos, para o autor, são aqueles que não se originam na estrutura interna da mídia, mas sim oriundos de um contexto social, político, econômico e cultural no qual as notícias são produzidas. Os fatores externos incluem, como elemento central, a influência das fontes, devido a que nem todos os atores sociais possuem o mesmo acesso aos meios de comunicação, criando dessa forma, uma assimetria na representação dos acontecimentos (Wolf, 1992).

Na visão de Wolf, ao considerar os fatores internos e externos, compreende-se que, o jornalismo é uma prática profissional estruturada e um fenômeno social condicionado historicamente. Ele constrói sentido sobre os fatos, organiza percepções e delimita o que será reconhecido como parte da esfera pública (Wolf, 1992).

I.2. Noticiabilidade

Nem todos os acontecimentos do cotidiano se transformam em notícias. É nesse ponto que se manifesta o conceito de noticiabilidade, que consiste em um conjunto de critérios, valores e práticas que orientam a seleção dos fatos a serem noticiados. Tais critérios podem ser divididos em critérios de seleção (substantivos e contextuais) e critérios de construção (Nelson Traquina, 2005).

Para Mauro Wolf (1992), a noticiabilidade é um dos principais aspectos que estrutura o processo de criação da notícia jornalística, explicando os critérios e mecanismos que transformam os acontecimentos em notícias (Wolf, 1992).

Ao falar sobre os critérios de noticiabilidade, existem dois critérios na visão de Nelson Traquina, sendo os critérios de seleção (substantivos e os critérios contextuais) e os critérios de construção. Os critérios substantivos, são aqueles do qual tornam o fato ou acontecimento comunicável, devido sua própria origem. Esses critérios substantivos, são compostos pela importância, relevância pública, magnitude, proximidade, conflito, novidade, negatividade e proeminência (Nelson Traquina, 2005).

As características desses critérios substantivos são interligadas, vez que, a importância se refere diretamente ao impacto que causará na vida social, coletiva, econômica e política da sociedade, ou seja, em sua magnitude. Quando falamos na proximidade, essa, por sua vez, possui caráter geográfico e cultural, sejam acontecimentos históricos ou acontecimentos sociais, que podem marcar gerações. A novidade, juntamente com a proeminência, é aquilo que inova, sendo o inesperado fator que aumenta o valor da notícia, com presenças de organizações ou celebridades que favorecem ainda mais a notícia. Entretanto, na noticiabilidade, também há os pontos considerados negativos, como o conflito, devido à oposição entre interesses, divergências entre grupos, opiniões e até mesmo confusões na vida de pessoas públicas, em que o conflito gera o interesse e causa engajamento (Traquina, 2005). Ainda nos pontos tidos como negativos, fala-se sobre a negatividade, sendo a exposição de tragédias, crimes e

acontecimentos com fortes cargas emocionais. Tem-se como exemplo a morte do Ayrton Senna em 1994.

Os critérios de substantivos são tipificados em: morte, notoriedade, proximidade geográfica e cultural, relevância, novidade, fator tempo, notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia e infração (Traquina, 2005).

Após o entendimento de que, os critérios substantivos são referentes à natureza do fato, passa-se aos critérios contextuais que são relacionados ao contexto do processo de produção das notícias (disponibilidade, equilíbrio, visualidade concorrência, dia noticioso) (Traquina, 2005). Estes não serão analisados no presente trabalho, pois dependem da observação das rotinas jornalísticas.

Os critérios de construção se referem à forma como o fato é narrado e apresentado no texto jornalístico. Sendo este, responsável pela forma como os fatos chegam ao público, deixando-os mais atrativos e coerentes, sem perderem sua veracidade dentro dos meios de comunicação (Traquina, 2005). Os critérios de construção incluem: simplificação, amplificação, relevância, personalização, dramatização e consonância (Traquina, 2005).

Dessa forma, a noticiabilidade atua como um filtro que seleciona e ressignifica determinados acontecimentos, considerando não apenas fatores objetivos, mas também contextos sociais, culturais e profissionais. Essa seleção evidencia que o jornalismo não reproduz a realidade de maneira neutra, mas constrói e organiza os fatos a partir de critérios específicos que moldam a percepção pública e a forma como a sociedade enxerga os acontecimentos (Traquina, 2005).

A noticiabilidade para Mauro Wolf, nada mais é, que um conjunto de critérios, que incluem a relevância, a atualidade, a proximidade, o conflito, a novidade e o interesse humano, cuja finalidade é filtrar o valor de um acontecimento, expressando o caráter seletivo desta atividade, como forma de mostrar que a notícia é resultado de um processo de mediação do que acontece na realidade (Wolf, 1992).

Para Wolf, os critérios de noticiabilidade formam o desenvolvimento e a construção das notícias. Esses critérios possibilitam a compreensão dos motivos que levam determinados acontecimentos a se tornarem notícias, enquanto outros não (Wolf, 1992).

Na visão do autor, entre os critérios, destaca-se a relevância, sendo esta, relacionada à importância social, econômica, política e cultural de um evento. A proximidade, sendo um dos critérios decisivos, devido que, acontecimentos locais ou culturais, chamam mais a atenção de quem está recebendo a notícia. Enquanto a atualidade, também chamada de temporalidade, refere-se aos acontecimentos recentes, devido ao jornalismo atuar no presente. O ineditismo, sendo também um fator fundamental, trata-se da capacidade de o fato ou o evento, surpreenderem devido ser algo novo, não antes visto. O autor destaca nessa linha de raciocínio, o conflito que inclui tensões políticas, formas de violências e até mesmo, acontecimentos marcantes. Wolf ainda ressalta, em seus critérios, a personalização e a negatividade, sendo a personalização devido à notícia ser contada a partir de uma figura pública, enquanto a negatividade relata o valor noticioso das tragédias, crises e acontecimentos que rompem a linha tênue da normalidade para quem está lendo. O impacto social, possui caráter central, com o intento de alcançar mais pessoas, possuindo o ponto de vista de que, quanto mais pessoas afetadas, maior o interesse midiático, com a consequência, este liga-se ao critério da elite, que relata ações de indivíduos influentes ou países em destaque. Por fim, a durabilidade é o critério que garante espaço contínuo dos fatos, dos quais desdobram narrativas ao longo do tempo (Wolf, 1992).

Consequentemente, “os acontecimentos não são notícia por si mesmos, mas tornam-se notícia quando atendem a um conjunto de características reconhecidas como noticiáveis” (WOLF, 2009). O conhecimento desses critérios se torna essencial como forma de entender como será a forma que a notícia será estruturada e gerar interesse do público-alvo.

Os referidos critérios possuem impacto significativo sobre a prática jornalística, funcionando como parâmetros que orientam a escolha entre os inúmeros acontecimentos do cotidiano. Ao determinar quais fatos merecem destaque, eles não apenas estruturam o trabalho nas redações, tornando-o viável e coerente, mas também contribuem para a construção da realidade social, ao definir o que chega à visibilidade do público. Além disso, conferem legitimidade à profissão, ao estabelecer valores e normas reconhecidos que evitam que a seleção de pautas pareça arbitrária. Assim, a noticiabilidade equilibra as limitações práticas do jornalismo com as demandas sociais, reforçando a identidade do campo jornalístico e seu papel central no fortalecimento da democracia (Nelson Traquina, 2005).

Os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar

notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável. (TRAQUINA, 2005, p. 63)

A explicação de Traquina (2005), reforça o entendimento de que a seleção jornalística não é um processo arbitrário, mas sim, um mecanismo essencial de organização simbólica da realidade, gerando sentido, legitimidade e função social à atividade jornalística. Portanto, entender o formato como os critérios são utilizados, é compreender o formato como o jornalismo participa ativamente da construção de um espaço público, contribuindo com o fortalecimento da democracia.

1.3 Telejornalismo

Quando falamos em telejornalismo, a obra “Metodologia de Análise do Telejornalismo” de Gomes (2011), avalia a compreensão quanto às anomalias e particularidades nos produtos que se configuram historicamente. Possibilitando o entendimento do jornalismo como princípios, crenças e normas culturalmente históricas, como forma de associar o objeto de pesquisa ao processo informativo. Sendo o telejornalismo, o entendimento de uma estratégia comunicável (Gomes, 2011).

A prática profissional televisiva se apresenta como telejornalismo, diferenciando-se dos demais meios de comunicação, devido a sua característica de combinar o imediatismo, agilidade e instantaneidade com o uso da imagem, antes da invenção de novas plataformas com funções semelhantes, como as redes sociais digitais. Nos telejornais, a apresentação das notícias, se dão de formas distintas, como nota simples, sendo uma narrativa realizada ao vivo pelo apresentador no estúdio, somente utilizando a voz, a nota coberta, em que se utiliza a imagem do apresentador em conjunto com a narração e, por fim, a reportagem, que é considerada a forma mais completa das notícias (SCHUDSON, 1978; DAYAN, 2005).

Entende-se que, o telejornalismo é uma construção social, desenvolvido e ambientado em contextos econômicos, sociais e culturais, desempenhando funções essenciais, dessa forma, propagando a noticiabilidade (Gomes, 2011).

As noções de objetividade e imparcialidade no jornalismo são mais apropriadas a uma concepção empirista da realidade que está fora do enquadramento da nossa perspectiva teórica. É certo que a objetividade é construída e tem uma hereditariedade comercial (SCHUDSON, 1978; DAYAN, 2005), entretanto, ambas as noções são úteis na análise porque enquadram o modo como o jornalismo é socialmente aceito, e regulam, pelo menos retoricamente, as ações profissionais e as expectativas do público. (GOMES, 2011, p. 21)

O telejornalismo, possui o alento de equilibrar a informação com a imagem, devido à especificidade da imagem no contexto do telejornalismo se sobressair. Ressalta-se, nesse ponto, o entendimento de Arlindo Machado (2007) de que o jornalismo somente traz a narrativa dos fatos com suas particularidades, sem mudar o acontecimento, já que o jornalista não necessita ser parcial.

Mas ao colocar em circulação e em confronto as vozes que ‘relatam ou ‘explicam um conflito, ao tentar encaixar as vozes, umas ‘dentro’ das outras, o que faz mais exatamente o telejornal é produzir uma certa desmontagem dos discursos a respeito dos acontecimentos. (MACHADO, 2000, p.110).

Portanto, torna-se notável a ideologia prévia do espectador influenciando diretamente a forma como ele mesmo reagirá às notícias, impactando de forma direta, sua preferência no telejornal.

Thompson (1995) em *Ideologia e Cultura Moderna*, possui uma perspectiva que contribui com a compreensão do telejornalismo como forma de “interação quase-mediada”, na qual o público desenvolve vínculos simbólicos com os apresentadores, repórteres e meios televisivos. Os referidos laços, afetam de forma direta a recepção e a interpretação das notícias, tornando o telejornal um espaço de produção de identidades e pertencimento (Thompson, 1995).

De mesmo modo, Barbero (2004), destaca que o telejornalismo deve ser analisado por meio de suas mediações tecnológicas, institucionais e culturais, as quais estruturam a forma como a informação circulará, sendo apropriada para a sociedade. Para o autor, a televisão reorganiza o espaço público, como meio de produzir simultaneidade e criar um sentimento de presença, perante os acontecimentos (Barbero, 2004).

Contudo, o entendimento quanto à noticiabilidade e à noção referente ao telejornalismo, entende-se que um necessita do outro, devido à forte dependência do telejornalismo da noticiabilidade na construção narrativa do jornalista, envolvendo suas expressões e a forma como este deixará suas emoções falarem frente à câmera, de forma que reconforta o telespectador ao produzir a “realidade imediata” dos fatos narrados, por meio do telejornal (Traquina, 2005).

1.4. O telejornalismo no Brasil

Ao longo de 7 (sete) décadas, a televisão formou-se como uma das mídias mais dominantes no cotidiano brasileiro. Seu processo de consolidação se deu de forma progressiva e exigiu uma série de adaptações tecnológicas, profissionais e culturais. Em seus primeiros anos, a televisão brasileira ainda possuía uma grande marca da herança dos rádios, sendo quase que uma continuidade visual deste meio, a falta de preparo técnico e teórico dos profissionais que estavam diante de uma linguagem inédita fez com que a voz permanecesse sendo o principal recurso expressivo. O domínio de imagens, montagens e da lógica visual, vieram com o tempo, à medida que as emissoras, jornalistas e os produtores compreendiam as especificidades deste novo formato. Em um primeiro momento, a televisão era restrita às elites urbanas, devido ao alto custo de aparelhos e a sua infraestrutura limitada, entretanto, foi rapidamente expandida nas décadas seguintes. A sua propagação provocou mudanças significativas nos hábitos sociais, influenciando do lazer até o modo como as pessoas se informavam e se relacionavam com o mundo. “Podemos dizer que se operou uma revolução no comportamento cotidiano do brasileiro, principalmente o das grandes cidades, pois, no início, só nelas é que havia transmissão.” (Bauer, 2002, p. 31).

O telejornalismo surge nesse cenário, sendo uma das principais forças de legitimação da televisão, enquanto meio de comunicação de massa. A história do telejornalismo no Brasil se inicia oficialmente na década de 50 (cinquenta) em setembro, com a inauguração da PRF-3 TV Tupi-Difusora, no estado de São Paulo. O texto “A Trajetória da formação do telejornalista brasileiro - as implicações do modelo americano” de Valquíria Passos Kneipp (2008) - considerou a emissora como a primeira estação de TV do país, que introduziu ao público, um modelo inicial de transmissão, no qual combinava improvisação e experimentação. Durante o evento de estreia, Show na Tava, teve a exibição de entrevistas, reportagens e apresentações, que buscavam demonstrar o potencial deste novo veículo. Uma das participações que mais marcou foi a do jornalista Maurício Loureiro Gama que apresentou uma crônica que foi preparada especialmente para esta ocasião (Kneipp, 2008).

Depois deste marco inaugural, o telejornalismo brasileiro começou a se organizar de forma profissional e com linguagem própria. Segundo análises de Kneipp (2008), a linguagem foi influenciada por modelos internacionais, principalmente o norte-americano. O jornalismo passou a adotar padrões de apresentações, edições e narrativas que dialogavam com a lógica audiovisual. Logo, os telejornais deixaram de ser meras adaptações de boletins radiofônicos,

iniciando o processo de exploração de recursos visuais, sonoros e estéticos, contribuindo para criar uma identidade jornalística associada diretamente à imagem, à instantaneidade e a sensação de presença nos acontecimentos, pela visão dos telespectadores (Kneipp, 2008).

O rádio teve um papel decisivo na formação dos primeiros telejornais brasileiros, principalmente, porque os primeiros jornalistas eram profissionais vindos das emissoras radiofônicas. Esses comunicadores foram incorporados à televisão por dominarem a improvisação, terem suas vozes reconhecidas e por suas experiências nas condições de programas ao vivo. Devido à televisão estar em sua fase inicial, não possuíam equipamentos adequados, portanto, o telejornalismo acabava reproduzindo a dinâmica das rádios. Os apresentadores liam as notícias diretamente das laudas diante das câmeras. De acordo com Fanucchi (2006 apud Kneipp, 2008, p. 89) “o estilo do jornal era quase um jornal de rádio, lido diante da câmera”.

Dentro deste contexto, o telejornalismo brasileiro, buscou referências fora do país, especialmente nos Estados Unidos. Como muitos dos profissionais envolvidos não possuíam experiência com a linguagem audiovisual, o formato norte-americano serviu como parâmetro à construção desse novo meio jornalístico (Fanucchi, 2006).

Mesmo com todas as limitações na estrutura, a televisão brasileira teve um avanço rápido, sendo um exemplo marcante desse desenvolvimento o Jornal de Vanguarda, inicialmente denominado Jornal da Cidade em 1963, sendo reproduzido pela TV Excelsior. O programa, teve diversas transformações e migrou entre emissoras, devido à censura imposta durante a ditadura militar. Posteriormente, na TV Tupi, o telejornalismo teve sua reformulação como forma de romper com o estilo utilizado nas rádios. Em entrevista concedida a Kneipp, Fernando Barbosa Lima relata que não era interessante manter um telejornal na forma de rádio, sendo necessário, a criação de um formato adequado à linguagem televisiva. Assim, o programa passou a contar com oito apresentadores, entre os quais nomes como Cid Moreira, Luís Jatobá e Jorge Sampaio (Kneipp, 2008).

O Repórter Esso, teve sua consolidação como um marco na história do telejornalismo brasileiro, ao estabelecer padrões de linguagem, credibilidade e formatos que influenciaram profundamente as emissoras desenvolvidas ao longo das décadas de 1950 e 1960. Na visão de Carvalho (2010), o encerramento do referido programa, representou o fim de uma era dominada por modelo rígido de noticiário, sendo caracterizado por uma narrativa formal e forte

vinculação aos interesses políticos e empresariais, dos quais moldaram a sistemática da mídia nas referidas décadas. Entretanto, Mello (2009), observa que o Repórter Esso, teve papel fundamental na padronização das primeiras práticas do telejornalismo brasileiro, sendo referência organizacional e estética para diversas emissoras, em especial às ligadas ao grupo de Assis Chateaubriand, o que contribuiu à consolidação de uma identidade jornalística nacional (Carvalho, 2010 e Mello, 2009).

A Rede Globo teve sua consolidação como principal emissora de televisão aberta brasileira, com a criação do Jornal Nacional em 1969, sendo considerado por muitos pesquisadores como um dos maiores marcos da história do telejornalismo no Brasil. Ana Paula Goulart Ribeiro (2004), destaca que a emissora estruturou-se como a primeira rede nacional de televisão verdadeiramente integrada, permitindo que um telejornal fosse transmitido simultaneamente para todo o território brasileiro, sendo então, algo inédito. A Rede Globo, teve o impulsionamento em inovações técnicas e estéticas, sendo a pioneira na adoção do Sistema de TV em cores em 1972, o que, somente reforçou seu protagonismo e contribuiu para o desenvolvimento de um padrão próprio de qualidade jornalística. Na década de 1970, a emissora já operava 24 horas por dia, dedicando parte significativa de sua programação ao jornalismo, o que somente reforçou seu papel na opinião pública e no fortalecimento da cultura televisiva nacional (Ribeiro, 2004).

O meio de comunicação ultrapassa a análise técnica, afirmando-se como um espaço central na produção de sentidos, circulação de valores culturais e principalmente, na construção de identidades sociais contemporâneas. Barbero (2004), destaca o entendimento, de que, é impossível a compreensão do papel da mídia sem considerar as mediações culturais, as quais estruturam a relação entre a tecnologia, práticas sociais e a forma de se ver o mundo. Nesse contexto, o telejornalismo atua como um agente que organiza a experiência social, influenciando diretamente nas percepções e moldando interpretações da realidade (Barbero, 2004).

Após a criação do telejornalismo brasileiro em 1950, o país fora inserido em um novo regime de produção simbólica, em que a televisão, inicialmente, era vista como uma extensão do rádio e passou a integrar elementos de cultura, entretenimento e informação com linguagem própria, dialogando com o cotidiano das famílias brasileiras e tornando-se parte da vida cultural do país. Festa (1996) destaca que a televisão brasileira não possuía o intento de somente transmitir notícias, mas também, a construção de uma narrativa nacional, aproximando

diferentes regiões e produzindo um sentimento de participação coletiva. A presença da televisão nas casas, somada à sua imagem, transformou os telejornais em ferramentas de socialização e de construção de imaginários sociais (Festa, 1996). A referida transformação teve sua intensificação e consolidação com programas como o Repórter Esso e, posteriormente, o Jornal Nacional.

Na visão de Thompson (2008), na modernidade, os meios de comunicação tornam-se parte fundamental dos processos de socialização, influenciando diretamente as práticas políticas, culturais e simbólicas. No caso do telejornalismo brasileiro é expressa a maneira como os telejornais passaram a moldar rotinas, definindo agendas públicas e articulando as narrativas nacionais, funcionando como espaços dos quais a informação e o entretenimento se combinavam à construção de um discurso de autoridade e credibilidade (Thompson, 2008).

Denis McQuail (2012) em “Teoria da Comunicação de Massa”, entende que essa influência não se limita ao âmbito cultural, mas atinge diretamente o campo democrático. O autor observa que a mídia exerce papel central na esfera pública contemporânea, com a responsabilidade pela pluralidade informativa e pela circulação de diferentes interpretações sobre os fenômenos sociais. Em sua obra, o autor diz, que, “Os meios de comunicação constituem a mais importante e acessível fonte de definições públicas da realidade” (MCQUAIL, 2012, p. 24), evidenciando o impacto que a mídia exerce na formação de percepções coletivas.

A partir do momento em que o telejornalismo brasileiro adotou modelos de rede e passou a unificar a cobertura nacional, especialmente após a criação do Jornal Nacional em 1969, instaurou-se uma nova lógica de visibilidade, marcada pela possibilidade de uma única narrativa alcançar simultaneamente diferentes regiões do país. Esse processo não apenas fortaleceu a integração cultural brasileira, como também ampliou debates sobre concentração midiática, diversidade de vozes e interesse público (McQuail, 2012).

Consequentemente com a expansão do telejornalismo em território nacional e sua integração com cultura, entretenimento e informação, houve influência direta na forma de compreensão dos brasileiros com o mundo. A TV tornou-se um dos principais meios de comunicação. Pierre Bourdieu (1997), reflete sobre o poder simbólico dos meios de comunicação, onde no caso do país, o telejornalismo assumiu a função de mediação entre o acontecimento e o espectador, utilizando os critérios de noticiabilidade (Bourdieu, 1997).

Como exemplo dessa consolidação da televisão brasileira, há a aproximação com o que ocorreu com o piloto de Fórmula 1 Ayrton Senna, sendo este, denominado “Herói” pelos telespectadores. Desde suas primeiras aparições e vitórias transmitidas pela Rede Globo, este foi transformado em um símbolo midiático de excelência, disciplina e patriotismo. A televisão e o público passaram a acompanhar não somente suas corridas, mas também, sua vida cotidiana, gestos, postura nas corridas, produzindo uma narrativa heroica que aproximou ainda mais o telespectador do telejornalismo. Baseando na análise de Ribeiro (2005), o telejornalismo desempenha papel central e fundamental na criação de personagens emblemáticos ao “selecionar e organizar acontecimentos de maneira a produzir sentidos compartilhados e reforçar pertencimentos coletivos” (Ribeiro, 2005, p. 67).

A consolidação de Ayrton Senna como herói nacional ocorre em um contexto histórico marcado pelo fim da ditadura militar no Brasil (1964–1985), período após o qual a sociedade brasileira buscava novas referências simbólicas capazes de representar valores positivos e coletivos. A mídia passou a construir Senna como um exemplo de excelência e disciplina, atributos reiteradamente associados ao seu rigor técnico, à preparação física e mental e à busca constante pela perfeição nas pistas, elementos que o diferenciavam no cenário internacional da Fórmula 1.

Paralelamente, o discurso midiático enfatizou seu patriotismo, sobretudo por meio da recorrente exibição da bandeira brasileira e de declarações que vinculavam suas vitórias ao orgulho nacional, contribuindo para a resignificação da identidade brasileira em um momento de reconstrução democrática. Conforme Campbell (2007), a figura do herói emerge em períodos de crise ou transição social, assumindo a função simbólica de restaurar a confiança coletiva, enquanto Barthes (2013) aponta que a mídia transforma tais narrativas em mitos ao naturalizar determinadas virtudes como inerentes ao sujeito. Dessa forma, Ayrton Senna foi discursivamente elevado à condição de herói ao personificar, por meio de sua excelência esportiva, disciplina exemplar e forte apelo patriótico, valores capazes de unificar o imaginário social brasileiro no período pós-ditatorial (Campbell, 2007) (Barthes, 2013).

Nesta mesma linha de raciocínio, Carvalho (2010), observa que a televisão brasileira ao dar destaque a atletas como Senna, incorporou ao noticiário esportivo elementos de dramaturgia e emoção, reforçando um vínculo afetivo com o público (Carvalho, 2010).

A televisão, ao operar na fronteira entre informação e sensibilidade, transforma eventos esportivos em rituais midiáticos, dos quais mobilizam por um todo a sociedade. Nesse sentido, a presença constante de Senna nos meios de comunicação durante sua carreira (até os dias atuais) informando suas vitórias, entrevistas e o modo como a persona era apresentada, fortaleceu não somente a imagem pública deste, mas a função social do telejornalismo. Tem-se como exemplo, o momento da morte do piloto em 1994, em que a comoção não surgiu somente diante do acidente, mas de uma relação de vínculo construída durante anos pela televisão, comprovando que a narrativa telejornalística foi fundamental e decisiva para transformar Ayrton Senna em um ícone profundamente enraizado na memória coletiva brasileira.

A persona corresponde à imagem pública construída de um indivíduo, especialmente no contexto midiático, resultante de estratégias discursivas que selecionam, enfatizam e reiteram determinados traços em detrimento de outros. Trata-se de uma representação simbólica que não se confunde integralmente com o sujeito real, mas que funciona como um “personagem social” reconhecido pelo público. Segundo Jung (2014), a persona atua como uma máscara social, mediando a relação entre o indivíduo e a coletividade, enquanto nos estudos de comunicação ela é compreendida como um artefato discursivo que organiza sentidos e expectativas em torno de figuras públicas, facilitando sua identificação e legitimação social (Jung 2014).

1.5. Quem foi Ayrton Senna

Ayrton Senna da Silva, nascido em 21 de março de 1960 em São Paulo, ganhou destaque por seu interesse e habilidade desde criança no automobilismo, tendo sua carreira iniciada em corridas competitivas com karts. Ayrton Senna, teve sua carreira profissional marcada por sua ascensão rápida na Fórmula 1 de 1984, onde, após várias derrotas e aprendizados, foi tricampeão mundial (1988, 1990 e 1991). Senna conquistou ao longo de sua carreira 41 vitórias em Grandes Prêmios e 65 *Pole Positions*, tais números, provam a excelência técnica de Senna, colocando-o entre os maiores pilotos existentes da história do esporte (National Geographic Brasil, 2024); (Mundo Educação, 2025).

O automobilista, não teve seu destaque somente por suas habilidades no esporte, mas sim em conjunto com seu dom de mobilizar identidades e sentimentos coletivos, Senna ganhou visibilidade, principalmente, na forma como pilotava em momentos de condições climáticas

controversas com o indicado para o esporte, sendo em climas chuvosos, por seu carisma e postura nessas situações, trouxe ao público um símbolo de perseverança, talento e patriotismo. Os referidos atributos citados, transcenderam o contexto esportivo e tornaram Ayrton Senna um ícone cultural e social brasileiro (Senna.com, 2025); (Fórmula1.com, 2025).

A rivalidade entre Ayrton Senna e Alain Prost consolidou-se como um dos episódios mais emblemáticos da história da Fórmula 1, especialmente a partir dos incidentes ocorridos nos Grandes Prêmios do Japão de 1989 e 1990, disputados no circuito de Suzuka. Em 1989, a colisão entre os dois pilotos, então companheiros de equipe na McLaren e concorrentes diretos ao título mundial, resultou na desclassificação de Senna e na consagração de Prost como campeão, gerando ampla controvérsia quanto à atuação da direção de prova e da Federação Internacional do Automobilismo. No ano seguinte, já em equipes distintas, o episódio anterior estabeleceu um precedente de confronto psicológico e simbólico que culminou em nova colisão deliberada na primeira curva do Grande Prêmio do Japão de 1990, garantindo o título a Senna. Esses acontecimentos, ocorridos em momentos decisivos das temporadas, extrapolaram a esfera técnica do esporte, transformando a disputa em um embate marcado por tensão, ressentimento e disputas de legitimidade, amplamente exploradas pela mídia e incorporadas à memória coletiva do automobilismo (Hilton, 2009).

A projeção de Ayrton Senna como herói nacional no Brasil deve ser compreendida à luz de sua trajetória esportiva associada ao contexto social e simbólico do período, sendo possível interpretá-la à luz da teoria do herói proposta por Joseph Campbell em *O herói de mil faces*. A narrativa construída em torno do piloto apresenta elementos centrais da chamada “jornada do herói”, como o enfrentamento de adversidades, a presença de antagonistas claramente identificáveis, bem como a superação de limites em momentos decisivos. As vitórias de Senna, especialmente em um cenário nacional marcado por crises econômicas e instabilidade política, foram ressignificadas pela mídia como símbolos de resistência, mérito e excelência, permitindo que o atleta transcende a condição de ídolo esportivo para assumir o papel de herói mítico. Sua morte trágica, em 1994, reforçou esse processo de mitificação, cristalizando sua imagem como símbolo duradouro de identidade e esperança coletiva, em consonância com o ciclo heróico descrito por Campbell (Campbell, 2014).

Senna faleceu em 1º de maio de 1994, em um trágico acidente durante o Grande Prêmio de San Marino. Apesar de ter gerado uma grande comoção em nível nacional ao ser transmitida a morte do piloto, o episódio se transformou em um grande marco midiático e social, onde o

impacto coletivo reafirmou o papel do telejornalismo na construção de narrativas sobre a morte do automobilista. A noticiabilidade gerada sobre sua morte, o tornou um mito moderno, onde sua imagem permanece até hoje como referência de excelência esportiva, engajamento social e identidade nacional (Britannica, 2025); (Helal e Cataldo, 2007).

Portanto, o piloto representa um fenômeno cultural, em que seu impacto transcende as pistas de corrida, combinando emoção, memória e representação social, elementos estes interligados no âmbito do telejornalismo e da noticiabilidade.

1.6. A noticiabilidade e o telejornalismo na cobertura do trágico acidente de Ayrton Senna em 1994

A morte de Senna, em 1994, tornou-se um dos acontecimentos de maior repercussão na história do telejornalismo brasileiro e ilustra de forma significativa a noticiabilidade implantada nos meios de comunicação de massa. A referida tragédia possui diversos elementos que a tornam altamente noticiável: a relevância social e simbólica do piloto, o caráter trágico e inesperado do acidente e, principalmente, a forte ligação emocional que Senna sustentava com o público brasileiro. Os fatores citados, tornaram a noticiabilidade inevitável e intensa, sendo um acontecimento de interesse mundial. Importa ressaltar que o telejornalismo, no presente contexto, ultrapassou a sua função informativa, assumindo um papel de construção simbólica do acontecimento.

A cobertura midiática na morte do piloto não simbolizava somente a narrativa dos fatos, mas sim uma forma de trazer ao público o sentimento de um luto coletivo. Negrini e Dalmaso (2010) em “Morte, telejornalismo e transformações culturais: observações sobre as abordagens do Jornal Nacional nas coberturas de mortes de pessoas famosas”, evidenciam que o telejornalismo, ao tratar sobre a morte de figuras públicas, cria narrativas que trazem o equilíbrio de informação e emoção, trazendo a sensação de que a notícia é um espaço simbólico de compartilhamento social da dor. No caso da morte do referido piloto, os programas televisivos que reproduziram a morte utilizaram de repetição de imagens, uso de linguagem solene, tom emocional e exaltação de valores morais e patrióticos. A referida construção midiática reforça a percepção social do piloto como um herói nacional (Negrini e Dalmaso, 2010).

A morte é assunto cotidiano na pauta jornalística. Personalidades famosas e celebridades, quando falecem, geralmente são alvos de grandes coberturas

televisivas... O telejornalismo, ao tratar das mortes de pessoas famosas, exhibe não apenas a notícia, mas também os rituais de memória e comoção que acompanham o luto coletivo. (NEGRINI & DALMASO, 2023, p. 141)

Neste mesmo contexto, a obra “A morte e o mito: as narrativas da imprensa na cobertura jornalística da morte de Ayrton Senna”, de Ronaldo Helal e Andréa Cataldo (2007), analisam que a cobertura da morte do piloto, mobilizou por um todo a imprensa em um discurso mitificador, o qual retratou o atleta como um símbolo de virtude, fé e superação. Essa perspectiva evidencia que a forma como a notícia é retratada não é limitada a apenas um critério técnico da seleção dos fatos, mas sim profundamente influenciada pelos valores culturais e simbólicos, tornando a notícia em um ritual midiático (Helal e Cataldo, 2007).

A transmissão da morte de Ayrton Senna, em 1994, traz de forma exemplificadora que o telejornalismo pode atuar simultaneamente como um mediador da realidade conforme os critérios de noticiabilidade e como um agente de construção da identidade coletiva, unificando a emoção, a narrativa e o simbolismo em torno de um acontecimento histórico (Helal e Cataldo, 2007).

A ‘construção’ da biografia de Senna no noticiário logo após sua morte, mesclou uma quantidade expressiva de matérias sobre o acidente em si e os supostos responsáveis pela morte do piloto, com outras sobre homenagens e realizações de feitos em corridas passadas. O acionamento destas edições e desta memória preparou o terreno para a ‘construção’ definitiva de Senna como um mito. A ‘construção’ foi exitosa porque houve uma sintonia entre o noticiário jornalístico, Ayrton Senna e o contexto social mais amplo. (HE LAL & CATALDO, 2004, p. 1)

A obra “Ímola 1994 - O fim de semana em que o esporte parou” , de Flávio Gomes (2021), compreende uma narrativa jornalística sobre o fim de semana em que ocorreu a morte de Ayrton Senna. A obra é baseada no ponto de vista de um repórter experiente da Fórmula 1. A referida obra mostra como a imprensa noticiou a tragédia por meio do telejornalismo. A obra é retratada em 1ª pessoa, trazendo tensões entre a urgência da notícia e a dimensão humana da perda, trazendo autenticidade ao relato, permitindo a compreensão do impacto emocional que a notícia trouxe aos espectadores (Gomes, 2021).

Na referida obra, destaca-se que a notícia ultrapassou os objetivos tradicionais do jornalismo, devido à comoção nacional da tragédia. O acidente do automobilista foi amplamente divulgado e reproduzido na televisão, que assumiu o papel de mediadora da dor coletiva. A noticiabilidade juntamente com o telejornalismo, neste caso, não se limita à mera repetição dos fatos, mas sim a sua reconstrução simbólica, uma vez que os jornais não somente

informaram sobre a morte de Ayrton Senna, mas também a ressignificarem dentro de um contexto de identidade nacional (Gomes, 2021).

Além disso, a cobertura de 1994 marcou uma transição importante no jornalismo brasileiro. O episódio revelou o poder da televisão na construção de uma experiência coletiva de luto e mostrou como o discurso jornalístico pode funcionar como mediador de sentimentos sociais. Nesse processo, a imprensa produziu uma forma de memória midiática que perpetuou a figura de Senna como mito e referência moral, um fenômeno que, segundo Helal e Cataldo (2005, p. 5), “preparou o terreno para a construção definitiva de Senna como um mito nacional”.

É notável que a obra de Flávio Gomes (2021), não compreende somente um relato histórico, mas sim o papel da mídia na mediação da dor e na transformação de fatos em símbolos, sendo este um ponto fundamental na compreensão de que o jornalismo molda a percepção pública entre a tragédia e a morte.

É visível que Ayrton Senna fora um marco do jornalismo nos anos 90 com toda a sua repercussão, seu carisma e suas habilidades dentro da pista, até mesmo sua morte foi um sensacionalismo que marcou gerações e continua marcando, devido toda a repercussão e a forma como o telejornalismo exibiu e continua exibindo nos dias atuais, homenageando este. Uma forma de representação desse sensacionalismo, é a série documentário “Meu Ayrton, por Adriane Galisteu (2025)”. O referido documentário, além de retratar o romance dos dois, representa o que era o Ayrton Senna, no último ano de sua morte, tendo até mesmo o ponto de vista de Roberto Cabrini, que acompanhou e escreveu diversas matérias sobre o piloto.

II: Análise de Discurso e a Metodologia Aplicada

A Análise do Discurso é um campo teórico-metodológico das ciências humanas que tem como objetivo compreender como os sentidos são produzidos, organizados e naturalizados por meio da linguagem em contextos históricos e sociais específicos. Diferentemente de abordagens linguísticas tradicionais, que se concentram na estrutura formal do texto, a Análise do Discurso parte do pressuposto de que a linguagem não é neutra, mas atravessada por ideologias, valores culturais e relações de poder. Assim, o discurso é entendido como uma prática social que constrói significados e influencia a forma como os sujeitos percebem a realidade (Orlandi, 2009).

Um dos fundamentos centrais da Análise do Discurso é a noção de que todo enunciado está condicionado às chamadas condições de produção, que envolvem o contexto histórico, social e institucional em que o discurso é formulado. Para Foucault (2014), os discursos são regulados por normas implícitas que determinam o que pode ser dito, quem pode falar e quais discursos são legitimados em determinado momento histórico. Desse modo, analisar um discurso significa investigar não apenas o conteúdo explícito da fala ou do texto, mas também os silenciamentos, as repetições e as estratégias discursivas que produzem determinados efeitos de sentido (Foucault 2014).

No campo da comunicação e dos estudos midiáticos, a Análise do Discurso é amplamente utilizada para compreender como os meios de comunicação constroem narrativas, personagens e acontecimentos. A mídia, ao selecionar fatos, organizar enunciados e atribuir valores simbólicos aos sujeitos retratados, participa ativamente da produção de sentidos sociais. Fairclough (2001) destaca que o discurso midiático atua tanto como reflexo quanto como agente de transformação da realidade social, influenciando percepções coletivas e consolidando determinadas interpretações como hegemônicas (Fairclough 2001).

A Análise do Discurso também se caracteriza por seu caráter interpretativo e crítico. Isso significa que o pesquisador não busca uma verdade única ou objetiva, mas sim compreender os mecanismos discursivos que tornam certos sentidos predominantes. Barthes (2013) contribui para essa perspectiva ao afirmar que o discurso midiático moderno é um dos principais produtores de mitos, pois transforma construções históricas e culturais em narrativas naturalizadas. Nesse sentido, a Análise do Discurso permite desvelar como figuras públicas podem ser convertidas em símbolos que ultrapassam sua atuação concreta, passando a ocupar um lugar mítico no imaginário social (Barthes 2013).

Aplicada ao estudo da construção midiática de Ayrton Senna, a Análise do Discurso possibilita compreender como a linguagem jornalística foi responsável por atribuir significados que excedem o âmbito esportivo. Ainda que este capítulo se concentre nos fundamentos teóricos do método, é importante destacar que a referida metodologia, permite identificar como a recorrência de determinados termos, metáforas e enquadramentos narrativos contribui para a formação de uma imagem heroica. Essa abordagem dialoga com o conceito de herói apresentado por Campbell (2007), segundo o qual narrativas heroicas seguem padrões simbólicos reconhecíveis, frequentemente reproduzidos pela mídia contemporânea.

Portanto, a Análise do Discurso se apresenta como um instrumento teórico-metodológico fundamental para a compreensão dos processos de construção simbólica na mídia. Ao considerar a linguagem como prática social, esse método permite analisar criticamente como discursos jornalísticos produzem sentidos, constroem mitos e participam da formação da memória coletiva, aspecto central para a compreensão da figura de Ayrton Senna enquanto herói midiático.

II.1. Análise das Entrevistas Cedidas ao Programa Roda Viva, Programa de Jô Soares e Renato Cabrini à Luz dos Critérios de Noticiabilidade segundo Mauro Wolf e Nelson Traquina

A trajetória de Senna sempre excedeu os limites do automobilismo, ocupando um lugar singular no imaginário do brasileiro. A persona de Senna, construída pela mídia entre as décadas de 1980 e 1990, unifica elementos de heroísmo, vulnerabilidade, ambição, conflito e patriotismo. Nesse aspecto, realizar a análise de entrevistas cedidas pelo piloto ao Roda Viva (1986), Programa do Jô Soares (1989) e a Roberto Cabrini (1991), possibilita a compreensão da representação de quem era Ayrton Senna, além do piloto, juntamente com o modo pelo qual a imprensa utilizou os critérios de noticiabilidade para sustentar o interesse contínuo sobre sua vida e carreira. A análise se ancora em nove perguntas, a fim de evidenciar os critérios teóricos.

PERGUNTAS UTILIZADAS NA ANÁLISE:

Roda Viva (1986)

Ayrton, você acha que a Fórmula 1 tem exagerado na busca por velocidade, colocando em risco a vida dos pilotos?
Você sente que carrega uma responsabilidade maior por representar o Brasil lá fora?
Como você lida com a pressão emocional das corridas e das expectativas do público?

(perguntas retiradas do Programa Roda Viva - Ayrton Senna - 1986, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gpPUsXyqh3s&t=5s>)

Programa de Jô Soares (1989)

Aquela chuva que caiu, violenta na última corrida, você parou para trocar pneu, e de repente a gente via que a chuva era uma cortina violenta de água, como que o piloto consegue enxergar através daquilo?

Você acha que essa tendência de termos bons pilotos como é o Caso do Emerson, o teu caso, o caso do Piquet, você acha que o brasileiro é bem-dotado como piloto de automóvel?

Você começou a pilotar carro com que idade Ayrton, sete anos?

(perguntas retiradas do Programa de Jô Soares Onze e Meia- Ayrton Senna - 1989, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=otGxYfwrNdE&t=720s>)

Roberto Cabrini (1991)

Afinal de contas, você podia ou não ter evitado o acidente de 90?

Os seus adversários acham que a diferença entre um grande piloto e o Ayrton Senna, é que o Senna pensa em automobilismo 24h por dia, isso é verdade?
--

Você parece ter uma certa obsessão pela vitória, isso é verdade?
--

(perguntas retiradas da entrevista de Roberto Cabrini - Ayrton Senna - 1991, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aAAlifsmHzk&t=785s>)

Baseando-se nos critérios de noticiabilidade na concepção de Wolf (1992), quando são aplicados às entrevistas com Senna, revelam como os diferentes aspectos de sua trajetória eram midiaticamente explorados para reforçar seu status icônico.

A noção quanto ao critério de relevância social por Wolf (1992), aparece de forma clara nas perguntas do Roda Viva e de Roberto Cabrini. A pergunta realizada, como “Você acha que a Fórmula 1 tem exagerado na busca por velocidade, colocando em risco a vida dos pilotos?” feita no programa Roda Viva (1986), introduz um tema que excede o universo esportivo e entra no debate sobre segurança, responsabilidade das equipes e ética no automobilismo.

Esse tipo de pergunta é uma forma típica da função pública da imprensa, provocando o piloto a se posicionar. O programa meramente reforça o papel da persona de Senna, como voz autorizada em um debate de alto impacto social.

De modo semelhante, a pergunta de Cabrini (1991) “Afinal de contas, você podia ou não ter evitado o acidente de 90?”, envolve responsabilidade, análise ética e interpretação pública, quanto a um episódio controverso no mundo da Fórmula 1. A busca pela verdade do fato, sendo esta uma característica do jornalismo investigativo, operando de forma direta sobre o valor-notícia de relevância.

No mundo da indústria jornalística, o conflito e a controvérsia, é um dos critérios mais explorados. A partir da visão de Wolf (1992), o critério encontra-se no centro das perguntas, de modo a sobressair no acidente envolvendo Senna e Alain Prost em 1990, episódio que marcou inteiramente a temporada, gerando debates acalorados sobre a rivalidade entre os dois pilotos.

Perguntas como “Afinal de contas, você podia ou não ter evitado o acidente de 90?” e “Você parece ter uma certa obsessão pela vitória, isso é verdade?”, dramatizam o conflito entre Senna e seus adversários, colocando entre a determinação e o risco e a ambição e a ética.

No programa televisivo de 1986, o conflito assume uma outra perspectiva: “Você sente que carrega uma responsabilidade maior por representar o Brasil?”, que demonstra que a tensão não é externa, mas sim interna. Entre o indivíduo e as expectativas de uma sociedade que buscava ídolos em meio a crises políticas e econômicas.

O Programa de Jô Soares explora intensamente o critério de proximidade e identificação. A partir da abordagem de Wolf (1992), a pergunta realizada na referida entrevista, “Aquela chuva que caiu, violenta na última corrida, você parou para trocar pneu, e de repente a gente via que a chuva era uma cortina violenta de água, como que o piloto consegue enxergar através daquilo?”, ou “Você aprendeu a pilotar com que idade Ayrton? Sete é isso?”, são meios de exaltar o piloto, aproximando o telespectador de sua rotina e suas habilidades de infância. De modo a deixar a sensação de proximidade. No modo de explorar elementos curiosos e íntimos, Jô Soares, ativa o valor-notícia da personalização, aproximando o piloto do público e construindo um retrato afetuoso e nacionalista.

De fato, Senna é uma persona marcada pela excepcionalidade. O tom das perguntas somente reforça esse critério. “Você acha que essa tendência de termos bons pilotos como é o Caso do Emerson, o teu caso, o caso do Piquet, você acha que o brasileiro é bem-dotado como piloto de automóvel?”, a pergunta realizada posiciona o piloto como exemplo máximo dessa

dotação, a mídia reforça o critério de excepcionalidade, como meio de representar um talento nacional.

Já Traquina (2005), propõe um conjunto mais sistematizado de valores-notícia, do qual ele divide em critérios substantivos e contextuais.

Na perspectiva dos dois autores, Senna é uma figura central. Entretanto, baseado nos critérios de Traquina (2005), a notoriedade da persona é, por si só, um valor-notícia.

Na visão de Traquina (2005), as perguntas do programa do Roda Viva e de Jô Soares, exploram o fator celebridade não de forma superficial, mas devido à estrutura da entrevista, perguntando sobre a infância, técnica de pilotagem, a responsabilidade nacional e a determinação do piloto. De modo que, o público não consome somente as informações sobre o esporte do automobilismo, mas sobre a persona de Senna.

Traquina (2005) sustenta o pensamento de que o conflito torna a narrativa jornalística mais atraente. Esse conflito, é retratado na entrevista de Cabrini, sendo esse critério, essencial, devido girar em torno da rivalidade, acidente e obsessão. Cabrini explora o caráter investigativo, buscando declarações do piloto que contribuam para a narrativa de tensão.

O referido critério, também aparece no Roda Viva, entretanto, de maneira política e identitária, com a pressão de representar o Brasil, o risco de vida e a responsabilidade nacional. São conflitos simbólicos, do qual reforçam a imagem do piloto como um herói brasileiro.

Na entrevista de Jô Soares, está nítido o critério do interesse humano. As três perguntas informadas, ativam as emoções, curiosidades e empatias do telespectador, deixando-o curioso e buscando saber mais. Esse critério, na visão de Traquina (2005) funciona como uma ponte entre o mito e o indivíduo, reforçando a popularidade do piloto.

Um dos critérios primordiais de Traquina (2005), é a atualidade e oportunidade. Cada uma das três entrevistas, explora o contexto específico de sua época. No ano de 1986, na entrevista ao Roda Viva, o piloto era uma revelação, o foco da entrevista era em sua carreira, nos riscos e na pressão que tinha sobre ele. Enquanto no ano de 1989, o piloto já possuía sua carreira consolidada e a entrevista de Jô Soares focou em sua genialidade, em suas técnicas como piloto e o modo como lidava com as pistas enquanto corria. Já em 1991, na entrevista com Cabrini, Senna já era bicampeão. Então a entrevista não teve como foco sua história ou como chegou ali, mas sim, a polêmica com Alain Prost em 1990, na ética e no legado do piloto.

Ao realizar a análise das entrevistas cedidas por Senna, é notável o modo como os programas televisivos impulsionaram de forma intensa os critérios de noticiabilidade acima descritos por autores como Wolf (1992) e Traquina (2005), como um meio de construir e reforçar a imagem pública da persona do piloto. Na participação de Senna no Roda Viva, é perceptível a presença dos critérios de conflito e relevância social apontados por Wolf (1992), uma vez que a entrevista explora a tensão do mundo automobilístico, os riscos das corridas e as pressões sofridas, sendo estas, características de sua trajetória esportiva. Ao mesmo tempo, a referida abordagem, também destaca a importância e a atualidade, sendo os valores centrais na visão de Traquina (2005), sobretudo pela rapidez com que acontecimentos no automobilismo se transformam em fatos de grande impacto midiático e pelo perigo visível relacionado ao esporte.

O papel do piloto como representante do país em competições internacionais, similarmente ativa os critérios de personalização e proximidade, onde na visão dos critérios estabelecidos por Wolf (1992), a figura do piloto é diretamente associada ao orgulho nacional e a sentimentos coletivos de identificação. Enquanto para Traquina (2005), essa dimensão somente reforça os valores como interesse humano e notoriedade, pois, Senna deixa de ser somente um atleta e passa a simbolizar o Brasil em cenário internacional, aumentando sua relevância como personagem midiático/televisivo.

A pressão emocional vivenciada por Senna, no programa Roda Viva, funciona como um elemento fundamental para a fundamentação jornalística, reforçando o critério de personalização de Wolf (1992), onde de modo simultâneo, está ligado ao interesse humano, onde Traquina (2005), informa aproximar o telespectador de um modo íntimo ao piloto, reforçando a empatia e o engajamento afetivo.

Na entrevista a Jô Soares Onze e Meia, diferentes critérios também se manifestam. Quando Jô questiona Senna sobre a capacidade de enxergar na chuva, a pergunta mobiliza a curiosidade e a excepcionalidade, conceitos destacados por Wolf (1992). Aqui, o desempenho extraordinário do piloto sob condições extremas é explorado como elemento que desperta fascínio e interesse público. Traquina (2005) complementa essa perspectiva por meio dos valores de interesse humano e visualidade, já que o cenário das corridas sob chuva cria uma imagem forte e impactante, favorecendo a dramatização televisiva.

O fato de o piloto ser um talento brasileiro, somente reforça os valores de Wolf (1992) e Traquina (2005), onde o piloto não representa somente a imagem de um atleta vitorioso ou

carismático, mas um símbolo nacional. Onde instiga o interesse humano, revelando fatos curiosos do interesse do telespectador, o que o instiga a querer saber mais e acompanhar mais.

As entrevistas a Cabrini, são ricas em dramaturgia. Percebe-se que ambos os autores citados quanto aos critérios de noticiabilidade, convergem sobre os critérios. Quando o entrevistador aborda o acidente ocorrido em 1990, o conflito surge em seu grau máximo, constituindo um ponto narrativo que desperta tensão e expectativa. Já a obsessão de Senna pelo automobilismo, mobiliza dois critérios ao mesmo tempo, o de conflito simbólico e de personalização, devido representar o piloto como alguém profundamente envolvido com sua profissão, enfrentando conflitos de forma interna e externa. Enquanto sua obsessão pela vitória, revela o critério de excepcionalidade, associado aos critérios de Traquina (2005) ao drama moral, representando o piloto como um persona movida por padrões elevados de desempenho e autoexigência extrema.

É notável, a clara intenção dos entrevistadores, com as referidas perguntas, prender a atenção do telespectador, utilizando critérios que geram grandes impactos, como a forma de comover o emocional de quem assiste. Portanto, ao observar de forma conjunta as entrevistas, é evidente que os critérios de noticiabilidade correspondem de forma direta aos conteúdos selecionados pelos entrevistadores.

De forma ampla, a análise das entrevistas de Senna evidencia que o telejornalismo brasileiro, utiliza de forma ampla os valores-notícias como relevância, conflito, personalização, interesse humano e a notoriedade, como meio de construir e moldar a imagem pública da persona. Esse processo utilizado para construir o herói nacional, expõe o modo como o telejornalismo utiliza de elementos emocionais e simbólicos para criar representações das quais permanecem no imaginário coletivo, reforçando a imagem de Ayrton Senna, como a figura mais marcante da mídia brasileira, mesmo após sua morte.

Portanto, a combinação desses critérios na perspectiva de Mauro Wolf (1992) e de Nelson Traquina (2005), permite a compreensão mais aprofundada quanto ao modo que o piloto foi moldado discursivamente pela mídia em diferentes fases de sua carreira. As perguntas reais analisadas, mostram que as entrevistas de Senna, não refletiam somente sua importância esportiva, mas sim, contribuíram para a criação de um discurso midiático que o transformou em herói, mito e um símbolo de toda uma identidade nacional.

III: Conclusão

Portanto, compreende-se que o telejornalismo brasileiro, construiu sentidos, afetos e representações em torno da imagem de Ayrton Senna, especialmente em torno das entrevistas cedidas por este a Roberto Cabrini em 1991, e ao Programa de Jô Soares em 1989. Por meio da análise de conteúdo, foi permitida a identificação de elementos discursivos e narrativos que contribuíram à consolidação de Senna, como um símbolo e herói nacional, principalmente devido à adequação das entrevistas aos critérios de noticiabilidade.

O telejornalismo não apenas noticiou a trajetória esportiva do piloto, mas também, teve participação ativa para a construção de um imaginário coletivo sobre seus valores, identidade e personalidade. As referidas entrevistas analisadas, mostraram um Ayrton além do piloto, sendo humano, sensível, disciplinado e totalmente comprometido com a excelência, sendo estes aspectos, amplificados pelos enquadramentos midiáticos. A maneira como os telejornais da época, ressignificam suas falas, evidencia uma confluência entre a narrativa esportiva, emoção e nacionalismo, elementos dos quais aproximaram o público do piloto, de maneira que reforçou sua posição como herói contemporâneo.

A partir da análise realizada, permitiu que fosse evidenciado que a estrutura narrativa utilizada, baseada na emoção, personalização e na valorização de trajetórias exemplares, foram fundamentais na criação dos vínculos afetivos entre o telespectador e a persona. Nesse sentido Senna ultrapassou o esporte, representando valores como perseverança e patriotismo.

Conclui-se, que, o telejornalismo não somente registra fatos, mas exerce função significativa na formação de memória, identidade e cultura, mediando a percepção pública de figuras de destaque. Quando analisa o conteúdo disponibilizado pela mídia, é perceptível o porquê a narrativa em torno de Senna continua viva, devido sua construção ter sido baseada em um forte apelo emocional, cuidadosamente articulado através de discursos, relatos e imagens.

Por fim, a compreensão de como se constroem representações no jornalismo, é notável, principalmente devido a forma como influenciam a essência de personas históricas, permanecerem presentes na memória coletiva e afetiva. Além de que, reforça a importância de metodologias qualitativas, como a análise de conteúdo, como meio de investigar fenômenos midiáticos atemporais, devido sua narrativa e emoção.

REFERÊNCIAS

- BAUER, Carlos. Sobre a televisão: **reflexões históricas**. *REMark – Revista Brasileira de Marketing*, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 31, 2002.
- BAUER, Márcia. **Telejornalismo no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2002.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. Consultado nas pp. 21–72.
- BRITANNICA. **Ayrton Senna – biography**. *Encyclopaedia Britannica*. Disponível em: <https://www.britannica.com/biography/Ayrton-Senna>. Acesso em: 2 nov. 2025.
- BUCCI, Eugênio. **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000. Consultado especialmente nas pp. 27–118.
- CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Cultrix, 2007.
- CARVALHO, Elizabeth. **Telejornalismo brasileiro: história, práticas e processos de produção**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.
- DAYAN, Daniel. **Media events: the live broadcasting of history**. 2. ed. Cambridge (MA): Harvard University Press, 2005.
- FANUCCHI, Maria Aparecida. **O rádio e a formação do telejornalismo brasileiro**. 2006. Apud Kneipp, Valquíria Passos. **A trajetória da formação do telejornalista brasileiro: as implicações do modelo americano**. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2008.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 24. ed. São Paulo: Loyola, 2014.
- GOMES, Itania Maria Mota. **Metodologia de análise do telejornalismo**. In: Benetti, Marcia; Lago, Cláudia (org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 143–158.
- HELAL, Ronaldo; Cataldo, Andréa. **A morte e o mito: as narrativas da imprensa na cobertura jornalística da morte de Ayrton Senna**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2007. Disponível em: <https://cev.org.br/biblioteca/a-morte-e-o-mito-as-narrativas-da-imprensa-na-cobertura-jornalistica-da-morte-de-ayrton-senna/>. Acesso em: 2 nov. 2025.
- HILTON, Christopher. **Senna versus Prost: the story of the most deadly rivalry in motorsport**. Londres: Haynes Publishing, 2009.
- JUNG, Carl Gustav. **O eu e o inconsciente**. 24. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

KNEIPP, Valquíria Passos. **A trajetória da formação do telejornalista brasileiro: as implicações do modelo americano**. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2008.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. Editora Senac São Paulo, São Paulo, 2000.

MARTÍN-BADERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 7. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009. Consultado especialmente nas pp. 11–36; 101–135; 171–198.

MCQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

MEDEIROS, Luiza Ferreira Rezende. **A prática da análise de conteúdo: estudo sobre o método aplicado à pesquisa em comunicação**. 2011. Monografia (Graduação em Comunicação Social). Universidade de Brasília, Brasília 2011. Disponível em: <https://biblioteca.univali.br/pergamumweb/vinculos/pdf/Pesquisa%20em%20comunica%C3%A7%C3%A3o-%20metodologias%20e%20pr%C3%A1ticas%20acad%C3%AAmicas.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2025.

MELLO, Jaciara Novaes. **Nos tempos do Repórter Esso: memória, história e telejornalismo no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009.

NATIONAL Geographic Brasil. **Ayrton Senna: quem foi o piloto brasileiro de F1 mais famoso do mundo**. Disponível em: <https://www.nationalgeographicbrasil.com/historia/2024/11/ayrton-senna-quem-foi-o-piloto-brasileiro-de-f1-mais-famoso-do-mundo>. Acesso em: 2 nov. 2025.

NEGRINI, Michele; Dalmaso, Silvana. **Morte, telejornalismo e transformações culturais: observações sobre as abordagens do Jornal Nacional nas coberturas de mortes de pessoas famosas**. *Revista Alceu*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 39–54, jul./dez. 2010. Disponível em: <https://revistaalceu.com.puc-rio.br/alceu/article/view/355>. Acesso em: 2 nov. 2025.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

PUC RS. **Jornalismo: conheça a profissão essencial para uma sociedade democrática**. Porto Alegre: PUCRS, 03 abr. 2025. Disponível em: <https://portal.pucrs.br/noticias/ensino/jornalismo-conheca-a-profissao-essencial-para-uma-sociedade-democratica/>. Acesso em: 16 ago. 2025.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; Nobre, Maria Helena. **A história da televisão no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007. Consultado especialmente nas pp. 45–62; 101–118; 149–172.

RODA Viva Retrô | Ayrton Senna | 1986. YouTube, 1986. Disponível em: <https://youtu.be/gpPUsXyqh3s>. Acesso em: 30 nov. 2025.

SENNA, Ayrton. **Entrevista a Jô Soares. Entrevista de Ayrton Senna a Jô Soares – 04 jul. 1989**. YouTube, 1989. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=otGxYfwrNdE>. Acesso em: 25 nov. 2025.

SENNA, Ayrton. **Entrevista a Roberto Cabrini. Roberto Cabrini entrevista Ayrton Senna após o Tricampeonato de 1991.** YouTube, 1991. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aAAlifsmHzk>. Acesso em: 25 nov. 2025.

SENNA.com. **Biography – Ayrton Senna.** Disponível em: <https://www.senna.com/en/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna.** Petrópolis: Vozes, 1995.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX.** 2. ed. Lisboa: Presença, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são.** 2. ed. Florianópolis: Insular, 2012.

WOLF, Mauro. **A análise da notícia.** Lisboa: Presença, 1994.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Presença, 1992.

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) João Vitor Barrozo Machado
estudante do Curso de Jornalismo, matrícula 2021612300271,
telefone: (62) 999391666 e-mail joao.vitorbarrozo@gmail.com, na qualidade de titular dos
direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos do
autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a
disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
A construção midiática de Gerson Resina na televisão
Paralelamente: Uma análise das balizas de 1989 e 1993
, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos
autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio
eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto
(PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo
(MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou
impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos
cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 01 de dezembro de 2025.

Assinatura do autor: João Vitor B. Machado

Nome completo do autor: João Vitor Barrozo Machado

Assinatura do professor-orientador: Sabrina M. de M. Alim

Nome completo do professor-orientador: Sabrina Maura de Mota Alim