

---

**Entre o espetáculo e a mitificação:  
representações dos jogadores de futebol no Programa Bate Bola<sup>1</sup>**

Matheus Comunello Nogueira<sup>2</sup>

Éverly Pegoraro<sup>3</sup>

Universidade Estadual do Centro-Oeste - Unicentro, Guarapuava, PR

## RESUMO

Este projeto analisa as representações construídas sobre jogadores de futebol no programa esportivo Bate Bola, do canal ESPN Brasil. Para isso, são discutidos os conceitos de mito e infotenimento, as características do jornalismo esportivo e a respectiva espetacularização do esporte. Com a pesquisa, objetiva-se refletir sobre como um programa da cultura midiática pode construir (ou desconstruir) mitos esportivos, por meio de suas representações jornalísticas.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo esportivo; infotenimento, esporte.

## Introdução

Este artigo tem como objetivo analisar o programa esportivo Bate Bola, do canal ESPN Brasil, exibido diariamente ao meio dia, com a proposta de refletir acerca do infotenimento no jornalismo esportivo brasileiro. Ao identificar as narrativas que o programa faz sobre o *ethos* dos atletas, buscou-se analisar como o jornalismo esportivo expõe o jogador de futebol para o público, em ações de construção e desconstrução de sua representação profissional e até mesmo pessoal. A pesquisa consistiu em leituras teóricas que possibilitaram aprofundar os conhecimentos acerca do jornalismo esportivo, bem como dos conceitos fundamentais sobre representação e mito, infotenimento e espetacularização da informação jornalística.

A espetacularização do esporte apresenta representações sobre o atleta e o mundo esportivo que alimentam um imaginário de dinheiro, fama, entre outras conquistas. Para Pich (2003), essa espetacularização potencializa a formação de atletas-mito, oferecendo estereótipos, normas e modelos para os demais que sonham em ser atletas e idealizando

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste - Unicentro, e-mail: [matheus\\_comunello@hotmail.com](mailto:matheus_comunello@hotmail.com). Pesquisa desenvolvida no Programa de Iniciação Científica da Unicentro, com bolsa da Fundação Araucária.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual do Centro-Oeste - Unicentro, e-mail: [everlypegoraro@gmail.com](mailto:everlypegoraro@gmail.com)

---

o esporte como um espaço de vitórias dentro da lógica da cultura do consumo. Ao privilegiar espetáculos de sons e imagens, a cultura da mídia cria um personagem para o atleta, muitas vezes distanciando-se da realidade. Com base nessa argumentação inicial, esta pesquisa analisa o programa Bate Bola, para apresentar quais aspectos das temáticas apontadas a mídia televisiva utiliza para representar os jogadores de futebol, mostrando como isso pode alterar as percepções do público sobre os atletas e o esporte.

Por meio do processo de midiatização do esporte, são criados diversos valores, símbolos e significados que são incorporados ao fenômeno esportivo. A cultura de mídia penetra na vida social das pessoas, modificando seus ambientes (KELLNER, 2001). Por isso, é preciso compreender o processo jornalístico de mediação esportiva, de onde surgem os significados, com quais consequências, em que momento. É necessário estudar e analisar os conceitos de mito e representação no contexto do jornalismo esportivo, para entender as construções narrativas que transformam os atletas em mitos, mitificando seus atos, suas conquistas.

Portanto, o objetivo geral deste artigo é refletir sobre as construções/desconstruções da representação dos jogadores de futebol em um programa esportivo televisivo. Entre os objetivos específicos, estão: estudar os conceitos de mito e representação, no contexto do jornalismo esportivo e do infotenimento; analisar como o jornalismo esportivo expõe o jogador de futebol para o público e identificar as representações que o programa Bate Bola faz sobre os jogadores. Para isso, discute-se o jornalismo esportivo, para então conhecer a inserção do infotenimento neste meio e relacioná-lo com a construção de mitos. Foram selecionadas três edições do programa Bate Bola, da ESPN, para analisar as representações que faz sobre o futebol e, assim, tecer reflexões acerca da proposta de pesquisa.

## **O jornalismo esportivo**

O desenvolvimento do jornalismo especializado está intrinsecamente relacionado à lógica econômica que busca a segmentação do mercado de produções para determinados grupos. “Muito além de ser uma ferramenta mais eficaz de lucro para os conglomerados midiáticos, o jornalismo especializado é uma resposta a essa demanda por informações direcionadas que caracteriza a formação das audiências específicas” (ABIAHY, 2000, p.5).

---

Portanto, o jornalismo especializado representa a consolidação de um processo de segmentação que articula conteúdos e consumidores, mediado por uma produção ligada a termos técnico-científicos, neologismos, jargões, entre outros conceitos que são capazes de fazer reconhecer determinado campo de conhecimento. Em geral, é percebido em oposição ao jornalismo de informação geral. A prática desse ramo do jornalismo exige dos profissionais um conhecimento mais aprofundado dos conceitos e processos para respaldar suas produções. Além disso, deve conter, além das fontes corriqueiras, especialistas para respaldar o trabalho. Então, diferente da cobertura geral das notícias cotidianas, a especialização jornalística busca uma versão mais aprofundada sobre determinado assunto, com fontes qualificadas e, principalmente, um nível de capacitação diferenciado dos profissionais. Sob essa perspectiva, Bueno (2015) define o jornalismo especializado como:

A prática profissional e também a subárea de estudos e pesquisas em Jornalismo que contemplam o processo de produção jornalística voltado para a cobertura qualificada de temas específicos. Ele se manifesta a partir de fontes reconhecidas como competentes e autorizadas em determinadas áreas de conhecimento, e pela apropriação de um discurso especializado, que incorpora termos e expressões comuns (e muitas vezes exclusivos) dessas áreas. (BUENO, 2015, p. 283)

Portanto, o papel desse jornalismo é intermediar saberes especializados na sociedade, por meio de questões relacionadas aos métodos e à linguagem para a compreensão desse universo, mas em consonância, também, com o público em geral.

Assim, no Jornalismo Especializado, pode-se dizer, propõe-se sempre uma junção, independentemente do meio e do conteúdo, entre a necessidade de um processo de leitura distinto sobre o mundo e a adequação de termos e lógicas a uma linguagem acessível como parâmetros para se pensar essa prática jornalística. (TAVARES, 2009, p.125).

Soengas (2003) explica que as informações esportivas também costumam ser peculiares, tanto na linguagem quanto na edição, pois “flertam” com o entretenimento. Além disso, o jornalismo esportivo mescla informação e opinião de jornalistas e comentaristas, que contribuem para a espetacularização do esporte e consequente mitificação dos atletas. Como expõem Marques e Goulart (2012), o esporte é um poderoso campo de especulações subjetivas e que se presta para intervenções variadas, tanto artísticas quanto intelectuais, mas também para aquelas de senso comum que permeiam o

---

cotidiano de milhares de indivíduos que o acompanham, produzindo inúmeras narrativas e organizando experiências pessoais em torno do seu mundo. Mas tem ocorrido eventuais mudanças ao longo do tempo na estrutura esportiva, sobretudo relacionadas ao âmbito econômico e à espetacularização midiática: “o esporte moderno estaria sendo convertido, por força da ideologia moderna, em competições levadas a cabo por atletas-máquinas, a serviço de Estados e corporações, pelo bem dos negócios e não da humanidade” (GASTALDO, 2012, p.125).

Diante desse contexto, não é mais possível referir-se ao esporte contemporâneo sem associá-lo ao universo da cultura midiática de infotimento. O ideal do esporte como comportamento associado ao lazer e à manutenção do condicionamento físico e do bem-estar perdeu-se à medida em que o mais importante é cumprir funções políticas e econômicas. “A relação esporte-televisão vem alterando, progressiva e rapidamente, a maneira como praticamos e percebemos o esporte” (BETTI, 1997, p. 33).

Esse espetáculo modelado do esporte passou a ser consumido por interessados que procuram um entretenimento extra. Segundo Rangel (2008), depois que o esporte, principalmente o futebol, foi assimilado e incorporado em escala midiática, ele deixou de ser um mero evento esportivo, passando a ser apreciado como espetáculo, por meio das imagens veiculadas através da televisão, num fenômeno produzido com as mais altas tecnologias, incorporando beleza ao produto esportivo.

E é por meio da constante circulação de informações e imagens do esporte, combinados com o sucesso da indústria, que os astros esportivos se tornam populares, designando assim o esporte em nossa sociedade como esporte- espetáculo. Atualmente, tão importante quanto o talento do jogador, é a capacidade da indústria em criar super jogadores. Para isso, as espetacularizações, com doses exageradas de emoção, fazem parte do espetáculo. O futebol torna-se uma mercadoria de consumo.

Há acirrada disputa das TVs abertas e fechadas pela venda das imagens dos esportes. A emissora aberta monopoliza a estrutura do esporte nacional, principalmente do futebol. Já os canais fechados tiveram grandes começos e estruturas, mas com o tempo precisaram se adaptar e reformular a maneira de apresentar o esporte, pois estavam perdendo audiência. Uma maneira foi a criação de bate-papos ao vivo sobre os principais

---

assuntos do mundo esportivo, voltando-se mais ao infotimento do que à informação essencialmente jornalística.

Os programas estilo ‘mesas-redondas’ muitas vezes são mais humorísticos do que noticiosos, de tão caricatos, os atores deste espetáculo fazem rir, num deboche ao suposto jornalismo praticado ali. Além disso, o sensacionalismo usando notícias inverídicas, sem nenhuma confirmação, somente especulações para se construir falsos debates para eletrizar torcedores, também mancha este segmento do jornalismo. Faz com que ele perca o referencial de jornalismo, ou seja, sua credibilidade. (RANGEL, 2008, p.94)

Nos debates, estranhamentos entre um participante e outro geram polêmicas, muitas vezes por falta de fatos esportivos na grade da programação e pela busca a todo custo de audiência e lucro. Portanto, as mudanças no jornalismo, aliadas à crescente mercantilização do esporte, contribuem para um produto midiático mais próximo a um show de entretenimento do que ao jornalismo especializado propriamente dito.

### **Infotimento e mitos esportivos**

O infotimento passou a incorporar o espaço em matérias que visam informar e entreter, como nos estilos de vida, nas fofocas e em outras notícias que atraem o público. Seu objetivo sempre foi informar com diversão, mas nem sempre há delimitação entre jornalismo e entretenimento. “A fronteira entre jornalismo e entretenimento nunca foi nítida e a sobreposição é quase inevitável nos dias atuais” (DEJAVITE, 2007, p.2).

Nesse sentido, o conteúdo jornalístico tem sofrido mudanças e, com isso, ganhou a roupagem de notícia *light*. O público exige notícias para estar informado, mas além disso, quer distração. “Se as informações jornalísticas não tiverem essas características, não vão chamar a atenção da audiência. Agora, a notícia tem que ser *light*” (DEJAVITE, 2007, p.4). Este tipo de informação pode ser definido como aquele de conteúdo rápido e fácil entendimento, que principalmente busca divertir o receptor. O público espera encontrar nas matérias suas necessidades e seus interesses de informação, mas também precisa da distração, já que o consumo da informação é feito num momento destinado ao lazer e à diversão.

Os responsáveis por apresentar, narrar, reportar e analisar um jogo de futebol, por exemplo, viram celebridades e também fazem parte do espetáculo. Frases de efeito,

jargões e brincadeiras se misturam ao conhecimento futebolístico. O receptor dessas produções midiáticas identifica-se ou almeja a vida dos atletas-celebridades. “Todos os dias este mesmo ser se identifica no entretenimento midiático, vive romances, torna-se astro de cinema, vê suas atitudes imitadas por alguma personalidade famosa. Pelo menos imaginariamente”. (SOUSA, 2005, p.76).

Esse contexto de produção é propício para a criação dos mitos esportivos, com base na espetacularização do atleta, de modo que este se torne “algo mais”, se torne um herói, não apenas um jogador de futebol. Campbell (1990) argumenta que o mundo moderno se interessa mais pelas manchetes curtas e rápidas, mais de histórias de simples compreensão que as relacionadas às grandes tradições. O protagonista é um herói ou uma heroína que descobriu ou realizou alguma coisa além do nível normal de realizações ou de experiência. O herói é alguém que deu a própria vida por algo maior que ele mesmo. O herói moderno deve ser capaz de superar barreiras e estereótipos e conquistar títulos e prêmios, com o intuito de agradar aos espectadores, que ficam felizes com suas conquistas.

Os mitos são histórias de nossa busca da verdade, de sentido, de significação, através dos tempos (Campbell, 1990). Todos nós precisamos contar histórias, compreender histórias. “A tarefa do herói, a ser empreendida hoje, não é a mesma do século de Galileu. Onde então havia trevas, hoje há luz; mas é igualmente verdadeiro que, onde havia luz, hoje há trevas. A moderna tarefa do herói deve configurar-se como uma busca destinada a trazer outra vez à luz a Atlântida perdida da alma coordenada”. O objetivo moral de um herói é de salvar um povo, ou uma pessoa, ou defender uma ideia. O herói se sacrifica por algo. “Nessas histórias, a aventura para a qual o herói está pronto é aquela que ele de fato realiza. A aventura é simbolicamente uma manifestação do seu caráter. Até a paisagem e as condições ambientes se harmonizam com sua presteza” (CAMPBELL, 1990, p.143). A cultura moderna de exploração do herói em busca de capitalização tomou conta do mercado.

Certa vez foi feita uma pesquisa numa escola secundária do Brooklin, que perguntava: ‘O que você gostaria de ser?’ Dois terços dos estudantes responderam: ‘Uma celebridade’. Eles não tinham noção da necessidade de dar a si próprios a fim de realizar alguma coisa. Só queriam ser conhecidos, ter fama – nome e fama. Isso é muito mal. (CAMPBELL, 1990, p. 147)

---

Para referenciar o modelo de herói esportivo atual, partimos do princípio que ele é potencializado pela cultura da mídia, que reúne retalhos da experiência individual para costurar a sua história de vida, de modo a ser apresentada como a jornada do herói em busca de um sonho.

Para Pich (2003), é necessário compreender as construções das narrativas acerca dos heróis esportivos para entender sua identidade como sujeito e atleta. Para o autor, questões como a preservação da história do herói esportivo e seu valor enquanto atleta e a pressão exercida pela mídia sobre as estrelas de futebol mascaram a ideologia dessas histórias. São construídas representações de que qualquer sujeito poderá ser herói e, portanto, basta deixar sua condição de classe trabalhadora, mas somente como fruto de sua dedicação, esforço, disciplina – sempre individuais – e a quota necessária de talento (aqui como um dom divino). Esta é a saga mítica do herói. Segundo Campbell (1990), a façanha convencional do herói começa com alguém a quem foi usurpada alguma coisa, ou que sente estar faltando algo entre as experiências normais franqueadas ou permitidas aos membros da sociedade. Essa pessoa então parte numa série de aventuras que ultrapassam o usual, quer para recuperar o que tinha sido perdido, quer para descobrir algum elixir doador da vida. Normalmente, perfaz se um círculo, com a partida e o retorno.

Essa construção do herói esportivo é comum em programas esportivos, nos quais a espetacularização é constante e a idealização do profissional que trabalha com esporte é um dos principais focos para se alcançar audiência, como é o caso do programa Bate Bola Debate, do canal ESPN Brasil, que será analisado a seguir.

### **Mitos e heróis nos comentários esportivos do Bate Bola**

O programa esportivo Bate Bola, do canal ESPN Brasil, é um produto pertinente para refletir sobre infotainment no jornalismo esportivo brasileiro, pelos temas que discute e pelo seu formato. Estreou em 1998, e atualmente é veiculado no canal da Disney, ESPN Brasil, diariamente às 12h, com duração de aproximadamente duas horas. O programa traz os gols da rodada, a tabela de classificação, as notícias em cima da hora e os comentários da equipe da ESPN, além de entrevistas exclusivas com os personagens do dia, os preparativos das equipes, as polêmicas da cartolagem, a dança dos treinadores

e o mercado de compra e venda de jogadores. Conta ainda com a interatividade dos fãs do esporte, com enquetes no Twitter e comentários expostos ao longo da edição. Os apresentadores são os jornalistas Willian Tavares, Bruno Vicari, Paulo Andrade, Daniela Boaventura. Os comentaristas que participam do programa são os jornalistas Celso Unzelte, Fábio Sormani, Felipe Fancicani, Osvaldo Pascoal, Gian Oddi, Gustavo Hofman, Leonardo Bertozzi, Mauro Naves, Paulo Calçade, Ubiratan Leal. Os ex-jogadores Amoroso, Djalminha, Fábio Luciano, Silas, Zé Elias e Zinho também fazem parte do rol de comentaristas. Para a análise proposta nesta pesquisa, foram escolhidas três edições<sup>4</sup> do ano de 2021, que remetem ao momento da pandemia e à volta dos campeonatos.

Para a análise, tem-se como base as seguintes perguntas: a) que comentários acerca de jogadores os debatedores do programa fazem?; b) que argumentos os debatedores utilizam para embasar suas opiniões sobre os atletas?; c) a vida privada dos atletas entra em debate nos programas?; d) como os comentários dos debatedores do programa fornecem representações que se aproximam dos conceitos de mitificação dos atletas e espetacularização da cultura esportiva?

A proposta segue os parâmetros da análise de conteúdo, caracterizada como um tipo de metodologia para descrever e interpretar documentos e textos. Trata-se de descrições sistemáticas, tanto qualitativas quanto quantitativas, que ajudam a reinterpretar mensagens e seus significados que vão além da leitura comum. É um método empírico, dependente do tipo de análise a que se dedica e do tipo de interpretação que se pretende como objetivo. “A análise de conteúdo pode ser uma análise dos significados (exemplo: a análise temática), embora possa ser também uma análise dos significantes (análise léxica, análise dos procedimentos)” (BARDIN, 2011, p.34). Compreende procedimentos de dados científicos, é uma ferramenta sempre renovada em função dos problemas de

---

<sup>4</sup>São estes os escolhidos:

- 1) Edição de 15/03/2021, com aproximadamente 1h50min de duração. Apresentação do jornalista Willian Tavares, com a participação do professor e jornalista Celso Unzelte, dos jornalistas Fabio Sormani e Felipe Fancicani e do ex-jogador e comentarista Crizam César (Zinho);
- 2) Edição de 05/04/2021, com aproximadamente 1h38min de duração. Apresentação do jornalista Willian Tavares, do professor e jornalista Celso Unzelte e dos jornalistas Fabio Sormani, Osvaldo Pascoal e Daniela Boaventura;
- 3) Edição de 28/05/2021, com aproximadamente 1h58min de duração. Apresentação da jornalista Daniela Boaventura, com a participação do professor e jornalista Celso Unzelte, dos jornalistas Osvaldo Pascoal e Fabio Sormani e do ex-jogador Fabio Luciano.

---

investigação que surgem, portanto, um instrumento adaptável no campo da comunicação. “Essa metodologia de pesquisa faz parte de uma busca teórica e prática, com um significado especial no campo das investigações sociais. Constitui-se em bem mais do que uma simples técnica de análise de dados, representando uma abordagem metodológica com características e possibilidades próprias” (MORAES, 1999, p.2).

O primeiro programa selecionado para análise (15/03/2021) começa com uma escalada do que será comentado e apresentado no dia: a vitória do Fluminense sobre o Flamengo no campeonato carioca<sup>5</sup>; as férias dos principais jogadores do Flamengo; Corinthians passando sufoco com o Salgueiro na Copa do Brasil; Cristiano Ronaldo ultrapassando Pelé em número de gols oficiais; o atacante Gabriel Barbosa, Gabigol, preso num cassino.

A rivalidade no futebol baseada em resultados individuais rende discussões acaloradas: Cristiano Ronaldo passou ou não o Pelé em número de gols? Com os 770 gols oficiais? Celso Unzelte traz dados com base em uma planilha com todos os jogos e gols, tantos oficiais como amistosos tanto de Pelé quanto do Cristiano.

Há duras críticas dos comentaristas do programa sobre como os europeus julgam o futebol sul-americano, principalmente aos gols marcados por Pelé, que para os comentaristas é o melhor jogador de todos os tempos.

Mas o Pelé é citado, por quê? Porque ele é o maior, então fim de papo. Não tem conversa, não há o que argumentar, não há o que discutir. (FANCICANI, 2021, 31’10’’) )

Todos os comentaristas trazem dados para embasar suas opiniões, seja sobre quem é melhor ou quem faz mais gols, seja para falar sobre os feitos dos jogadores. Sormani apresenta como ponto de apoio à discussão o jogo entre Santos de Pelé e Benfica do jogador português Eusébio, campeão da Taça dos Campeões Europeus, atual Champions League, em um torneio de Paris. Ele menciona onde foi a realizada a partida, a quantidade de pessoas no estádio, quem fez os gols.

Esses dois gols que o Pelé marcou nessa partida valem menos que os três que o Cristiano Ronaldo fez ontem contra o Cagliari, o todo poderoso Cagliari? (SORMANI, 2021, 17’34’’) )

---

<sup>5</sup> Assuntos de segundo plano como esses durante os programas não serão analisados pois não condizem diretamente com a proposta do presente artigo.

---

Neste comentário, Sormani utiliza o sarcasmo para se referir a um time pequeno da Itália. Para engrandecer os jogadores, (no caso mais explícito o Pelé), eles trazem dados, estatísticas, análises dos jogos, gols marcados, público nas partidas, com o intuito de mitificar o feito do jogador. Sormani apresenta ainda inúmeros jogos e gols de amistosos de Pelé, contra os gols oficiais marcados por Cristiano em time considerados pequenos, para aumentar a discussão sobre quais gols valem mais. O comentarista também cria uma imagem grandiosa sobre a pessoa do Cristiano, dizendo que o CR7 (Cristiano) é um grande ser humano, porque ele reconhece que o futebol mudou e que nada pode apagar os craques do passado.

Como característica importante do jornalismo especializado, ressalta-se que todos os comentaristas sempre trazem informações contextuais, para mostrar a diferença do futebol no passado e hoje, para estampar a diferença entre os jogadores, tecendo assim comentários sobre os feitos alcançados, o que poderia ser obtido.

Aí que você pega o tamanho da dimensão [sic] dos números que ele alcançou. Que aí fica praticamente impossível superar. (FANCICANI, 2021, 30'23'')

Fancicani reforça neste comentário a representação de mito, já que o atleta alcançou uma marca heroica por ser o maior, o inigualável. Os comentários dos telespectadores no Twitter também são lidos, para que as pessoas se sintam participantes da discussão. Durante quarenta minutos, eles discutem quem alcançou maior feito, CR7 ou Pelé, traçando características que consolidam os dois jogadores como mitos do futebol, embora em patamares diferenciados.

O próximo assunto de discussão adentra a esfera da vida privada de um jogador, a ida do atacante Gabriel Barbosa, o Gabigol, a um cassino durante suas férias, mesmo com a pandemia. O apresentador dá detalhes do que aconteceu durante a noite, a batida policial em um cassino, que é ilegal no país, com cerca de duzentas pessoas. Ele pergunta aos demais comentaristas: “faltou sensibilidade ou faltou inteligência? E mais, o clube disse que é a vida do jogador e não vai interferir. Deveria interferir? Deveria ter punido”? Todos, sem exceção, criticam severamente o jogador pela ida ao cassino, argumentando que ele é o ídolo da maior torcida do Brasil, já que o Flamengo tem mais de 30 milhões de torcedores<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> <https://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2019/09/1988413-flamengo-e-time-mais-popular-do-brasil.shtml>

---

Pisou na bola, pisou feio. Que seja exemplo para outros, que não pode fazer isso. (ZINHO, 2021, 1h 04'53'')

Pelo comentário, é possível perceber que o jogador, além de ser um exemplo, torna-se um herói a ser seguido. Ele não é apenas um cidadão comum que, como qualquer outro, deve seguir a lei. Antes de ser atleta, é uma celebridade que precisa dar exemplo. Os comentaristas trazem a declaração oficial do Gabigol e tiram suas conclusões a partir disso, criticando duramente o jogador, sua vida privada, pois é um momento de pandemia.

‘Eu sou o Gabigol’. Será que não passou na cabeça dele que, independente de uma batida policial, alguém podia fotografar ele ali? (TAVARES, 2021, 1h 07'52'')

Único ponto positivo que mencionam a favor do atleta é o posicionamento dele, assumindo a culpa por estar no cassino. Unzelte acrescenta ainda que foi um uso irresponsável da imagem. Com esta opinião, mais um exemplo de como a representação do atleta na mídia se constrói mais atrelada às atitudes da vida privada que à performance na vida profissional.

Ele é um ídolo da molecada, as crianças adoram, porque é um cara que tem carisma, as crianças imitam a comemoração dele. E esses caras têm que ter a responsabilidade. Eu entendo o tamanho do Gabigol no clube, mas ele não pode passar impune por isso. (TAVARES, 2021, 1h 12'')

O jogador é adorado pelo carisma, como exposto pelo apresentador, mais que pelas suas habilidades em campo. Com isso, é possível perceber como o atleta recebe maior pressão pela vida privada, porque ele é escolhido com um dos “deuses”, não que justifique a sua ação errada, mas expõe a vida particular do jogador. Comentários como “jogadores têm mais poder que os clubes”, “eles são mais famosos”, “têm mais dinheiro” são alguns que mostram o poder e a imagem que têm os jogadores de futebol.

O clube passa a mão na cabeça de uma atitude que devia ser veemente, mas com o Gabigol vai deixar assim, porque ele é o reizinho do clube né, fazer o quê? (FANCICANI, 2021, 1h 25'26'')

Fancicani argumenta que os jogadores não se importam com o que é certo, porque se acham de certo modo melhores do que os outros, e esse argumento é construído pela cultura midiática esportiva quando os jogadores que alcançam grandes feitos.

O segundo programa selecionado (05/04/2021) aborda o De Arrascaeta como o melhor jogador do Brasil; os jogadores de conexão entre Corinthians e Fluminense e traz como principal assunto o Neymar. A edição abre com uma enquete no Twitter, perguntando aos torcedores se, depois da expulsão do fim de semana, o jogador Neymar ainda está na categoria dos melhores, se ainda está no topo. Desse modo, o público também participa do programa, introduzindo assertivas sobre a imagem do atleta. São ofertadas duas possibilidades de voto: “gigante” ou “nem tanto”. A representação oferecida pelo programa já parte de uma imagem grandiosa, pois ele não pode ser bom, mediano ou exemplar, ele é gigante. Mesmo assim, a escolha do público é pelo “nem tanto”, com 60% dos votos.

O debate gira em torno do questionamento: a expulsão foi excesso de rigor ou falta de maturidade? Eles adentram a vida privada do esportista quando debatem se este, já com 29 anos, possui maturidade suficiente para ser o melhor jogador mundo, se suas atitudes são decentes ou não. Tais posturas dos comentaristas esportivos sobre o Neymar partem da representação do “eterno menino”: ele tem que amadurecer, ainda não é adulto responsável.

O que é absurdo nessa história é o comportamento do Neymar, não só no campo, mas também depois saindo de campo, que ele vai para cima do jogador do Lille. Então, a questão que a gente tem que falar de novo é onde ele quer levar a carreira dele. (BOAVENTURA, 2021, 9’38’’)

Está na hora de crescer, Neymar. (UNZELTE, 2021, 10’55’’)

Vamos parar com essa história de menino Ney, vamos crescer. Ele é craque, então tem que ser craque nisso também. (UNZELTE, 2021, 21’55’’)

Em se tratando de Neymar, é só uma questão de “crescer”? Se fosse outro jogador, os veredictos não seriam mais pesados, como mau comportamento ou falta de *fair play*? De certa forma, há uma minimização de efeitos por parte da mídia. Os comentaristas aproveitam para discorrer acerca das atitudes do Neymar, não só nesse jogo, mas ao longo dos jogos, sobre como ele deveria mudar porque, segundo os jornalistas, o que ele faz é errado.

Acho o Neymar uma criança, um bobão, presta muitos desserviços ao futebol. (SORMANI, 2021, 15’40’’)

---

Sormani ameniza a imagem de herói do atleta Neymar, chamando-o de criança ou bobão, remete à ideia de que, por falta de responsabilidades, o atleta não é capaz de ser maduro o suficiente para ser um “modelo de jogador”. Os comentaristas mencionam jogos em que houve situações semelhantes como essa e alguns dados relevantes para fornecer suas opiniões sobre o acontecido.

Neymar não pode entrar na onda do cara, ele foi infantil, foi ‘juvena’ [no sentido de juvenil], para que isso, cara? O Neymar não precisava disso. Eu estou me baseando pelo que eu vi e pelos fatos que aconteceram. (PASCOAL, 2021, 17’55’’) )

Eu sei que o Neymar é um dos melhores jogadores do planeta, mas não tem muita gente crucificando o Neymar? Arbitragem, imprensa, ex-jogadores, o mundo todo. (TAVARES, 2021, 19’42’’) )

Nas últimas temporadas, Neymar sempre esteve presente na lista dos melhores jogadores do mundo, o que justifica o pensamento do primeiro comentário acima. Por outro lado, opiniões como essa da crucificação também perpassam a representação do atleta. Culpar alguém de forma tão violenta por algo, transformá-lo em mártir, vítima, celebridade, herói, são alguns dos elementos responsáveis por mitificar o jogador. Os comentaristas instigam que o atleta amadureça e seja o melhor jogador que possa vir a ser, mas que, por questões de atitudes “infantis e tolas” – não necessariamente antiéticas em termos esportivos –, não é.

Ele é muito mimado. Não sei se ele vai chegar a ser melhor do mundo, acho muito pouco provável, as chances caem a todo instante, por questões como essa. (SORMANI, 2021, 23’30’’; 23’50’’) )

Para alguns, ele pode ser o melhor do mundo, para outros, está longe de ser, fato comprovado pelas últimas premiações de melhor jogador do mundo pela Fifa<sup>7</sup>.

Para ele ganhar melhor do mundo ele tem que ganhar a Champions. Aí ele tem que ser o personagem, tem que ser o Neymar, tem que ser o cara, aquele Neymar que gente imagina que ele seja. (PASCOAL, 2021, 30’48’’) )

---

<sup>7</sup><https://www.goal.com/br/not%C3%ADcias/premio-the-best-da-fifa-2020-quando-e-quem-sao-os-candidatos/14tsf2njarkl1cunyubjaclf2>

---

O comentarista representa o jogador Neymar como um herói, aquele que percorre uma jornada ao longo da carreira e se transforma em algo maior, em um mito. Os comentaristas dão dicas, ideias de como esse herói possa alcançar a glória, porque esses erros de atitude se tornam o principal inimigo na busca pelo objetivo. Também dão projeções sobre aquele que eles “imaginam que ele seja”.

Enquanto Neymar é medido (e, de certa forma, perdoado) pelas atitudes fora de campo, outros atletas não ganham o mesmo tratamento. O próximo tópico é a volta de Rodrigo Caio no Flamengo para formar dupla de zaga com Willian Arão. Eles discutem também qual a melhor dupla de zaga do Brasileirão. Eles apresentam dados, jogos, estilos de jogos, altura dos jogadores, opiniões sobre os atletas para falar sobre. Os jogadores são avaliados nesse momento do programa a partir de suas posturas como atletas profissionais. Outro exemplo é Nacho Fernandez, jogador do Atlético Mineiro:

Eu não gosto de usar a expressão perfeito, ou quase perfeito, mas até aqui esse homem só não fez chover. (UNZELTE, 2021, 1h 16'36'')

Novamente, expressões relacionadas à representação de um herói, ele se tornou quase um “Deus”, mais que um “mortal jogador de futebol”, um ser humano completo, que alcançou seu ápice.

A edição do terceiro programa selecionado (28/05/2021) aborda outro jogador que furou o isolamento na pandemia. Arboleda foi flagrado em uma balada clandestina. Os comentaristas leem a nota oficial do clube a respeito do acontecido.

Não pensou em ninguém, coloca os companheiros em risco no caso de voltar e treinar em normalidade, enquanto o outro [Luciano] está enterrando a família. (BOAVENTURA, 2021, 1h 40'51'')

É muita irresponsabilidade. A gente fala que o atleta vive em uma bolha, em um mundo paralelo e quando acontece uma coisa dessa a gente tem ainda mais certeza. Porque é um exemplo para criança, para os mais novos, para as pessoas que curtem bola, que acompanham os atletas e os tem como ídolos. (LUCIANO, 2021, 1h 41'45'')

Assim como nos demais casos constatados na pesquisa, as representações acerca do jogador induzem a que o atleta é um modelo a ser seguido. Sormani menciona um fato que ocorreu em 2018, quando o atleta se envolveu em um acidente de carro e outro quando ele estava com a camisa do Palmeiras:

---

Em que mundo esse cara vive? (SORMANI, 2021, 1h 45'47'')  
Olha a minha cara de surpresa com o Arboleda, zero, zero surpresa, em outubro ele estava lá, fazendo festa. (PASCOAL, 2021, 1h 44'40'')

É outro mundo que esses caras vivem, é o mundo paralelo, esse é o mundo do jogador de futebol. (PASCOAL, 2021, 1'47''08'')

É o mais grave, pessoalmente o Arboleda é um reincidente em encrencas em geral, encrencas em relação ao Covid, teima com os repórteres. (UNZELTE, 2021, 1h 47'15'')

Os comentaristas se perguntam se o Arboleda vale todos os problemas que ele cria. Mencionam dados do Arboleda no São Paulo para embasar o questionamento, quantos jogos ele fez pelo clube, quanto gols, passes, desarmes, interceptações e títulos. As métricas exemplificam como os jogadores se tornam produtos rentáveis (ou não) no mercado do futebol, amparados pela cobertura jornalística especializada.

### **Considerações Finais**

Por meio da análise aqui proposta, foi possível perceber como são construídos os ideais de jogadores de futebol nos programas esportivos, pautados em representações de mitos e heróis. Comentários sobre a vida ou os jogos dos atletas, imagens, vídeos que produzem sentidos sobre o fenômeno esportivo são utilizados para transformarem o esporte e seus integrantes.

Temas como maturidade, habilidades e atitudes foram constatados nos comentários do programa Bate Bola, da ESPN, construídos como críticas e até mesmo conselhos sobre como os atletas deveriam proceder, na vida privada e profissional também. Argumentos e dados são apresentados pelos debatedores para embasar opiniões e, na maioria das vezes, a vida pessoal do atleta entra em discussão. Além de representações que se aproximam dos conceitos de mitificação dos atletas e espetacularização da cultura esportiva, que são constantemente apresentados durante os programas.

Portanto, em programas esportivos como Bate Bola constroem e reconstroem a narrativas midiático-esportivas em consonância com a necessidade de tornar o conteúdo relevante para os seus consumidores. O programa busca refletir sobre a realidade esportiva contemporânea, mas as representações adequam-se às características do futebol espetáculo, por meio da espetacularização e da mitificação dos atletas.

## Referências

- ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. João Pessoa, Universidade Federal da Paraíba. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahhyana-jornalismo-especializado.pdf>. Acesso em: 11 ago. 21.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BETTI, M. A **Janela De Vidro: Esporte, Televisão E Educação Física**. 1997. 279f. Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação, Campinas. 1997.
- BUENO, W. C. Jornalismo especializado: resgatando conceitos e práticas. In: Marli dos Santos; Wilson da Costa Bueno. (Org.). **Jornalismo Especializado no Brasil: teoria, prática e ensino**. 1ed. São Bernardo do Campo/SP: Editora Universidade Metodista de São Paulo, 2015, p. 279-301.
- CAMPBELL, Joseph. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento/Cultrix, 1989.
- DEJAVITE, Fabia Angélica. **A notícia light e o jornalismo de infotimento**. Santos, 2007.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- MARQUES, José Carlos. GOULART, Jefferson Oliveira. (orgs.) **Futebol, Comunicação e Cultura**. São Paulo: INTERCOM, 2012.
- MORAES, Osvando J. MARQUES, José Carlos. (orgs.) **Esporte na Idade Mídia: diversão, informação e educação**. São Paulo: INTERCOM, 2012.
- MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.
- PICH, S. A mítica neoliberal, o sistema esportivo, a mídia e o herói esportivo: a construção de uma estória de relatos de verdade mascarada de verdade revelada. **Revista Perspectiva**, Florianópolis, v. 21, n. 1, p. 199-227, jan./jun. 2003.
- RANGEL, Patrícia. **O Futebol Midiático: Uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos**. Faculdade Casper Líbero. São Paulo, 2008.
- SOENGAS, Xosé. O jornalista especializado: formação e características. **Estudios de Comunicación**, nº 2, Junio-2003.
- TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização periodística. **Estudos em Comunicação**, Curitiba, v. 5, n. 1, p.115-133, maio 2009. Disponível em: Acesso em: 10 out. 2013.
- TAVARES, F. A especialização jornalística como teoria e objeto: contornos e limites. **Revista Comunicação Midiática**; Vol 7, No 1. 2012.