

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

O HERÓI ESPORTIVO:
O PAPEL DA IMPRENSA NO PROCESSO DE MITIFICAÇÃO DO ATLETA
CONTEMPORÂNEO

PEDRO LUIZ PEREIRA LIMA

RIO DE JANEIRO
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

O HERÓI ESPORTIVO:

O PAPEL DA IMPRENSA NO PROCESSO DE MITIFICAÇÃO DO ATLETA

CONTEMPORÂNEO

Monografia apresentada ao Curso de
Comunicação Social/ Jornalismo da
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como requisito para obtenção do grau de
Bacharel em Comunicação Social/
Jornalismo, 2013.

PEDRO LUIZ PEREIRA LIMA

Orientador: Prof. Muniz Sodré de Araújo Cabral

RIO DE JANEIRO
2013

LIMA, Pedro Luiz Pereira. **O Herói Esportivo: O papel da imprensa no processo de mitificação do atleta contemporâneo**. Monografia de Graduação (Habilitação em Jornalismo). Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013, 40 p.

Orientador: Muniz Sodré.

RESUMO

Este trabalho tem como principal objetivo verificar o papel da imprensa no processo de mitificação do ídolo esportivo. Para tal, é feita uma análise a respeito de características pessoais que serviram como impulso para a construção das imagens de diversos atletas de alto rendimento, nacionais e internacionais, que se destacaram no esporte durante o século XX e no início do século XXI.

Como base teórica são utilizadas obras de Joseph Campbell, Kátia Rubio, Ronaldo Helal, entre outros. Para o desenvolvimento do tema, é destacada também a trajetória de vida e carreira do jornalista Mário Filho, agente transformador da prática do jornalismo esportivo, tendo como foco suas relevantes contribuições na concepção dos ídolos do esporte brasileiro.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por conceder mais esta realização em minha vida.

A meus pais, pelo incentivo, amor e suporte durante toda a minha formação.

A meu irmão, por toda a ajuda concedida nas sugestões para a elaboração da monografia.

A meus professores e amigos de curso, por contribuírem grandemente para a minha aprendizagem, ao longo deste percurso. Especialmente a Fernanda Mendes, companheira que tanto me auxiliou e me apoiou durante o curso universitário.

Finalmente, a meu orientador Prof. Muniz Sodré de Araújo Cabral, por toda a dedicação, disponibilidade, revisão e o conhecimento necessários para a ajuda na elaboração deste estudo.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	6
2.	O MITO NO ESPORTE	10
	2.1. A Mitologia.....	10
	2.2. O Herói Mítico.....	13
	2.3. O Atleta como Herói Contemporâneo.....	17
3.	MÁRIO FILHO: O CRIADOR DE MITOS	21
	3.1. Vida e Carreira.....	21
	3.2. O Jornalismo Esportivo antes de Mário Filho.....	24
	3.3. O Jornalismo Esportivo depois de Mário Filho.....	26
4.	A MITIFICAÇÃO DO ATLETA CONTEMPORÂNEO	30
	4.1. Beleza.....	31
	4.2. Simplicidade.....	33
	4.3. Rebeldia.....	37
	4.4. Solidariedade.....	41
5.	CONCLUSÃO	44
6.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	

1. INTRODUÇÃO

Desde o surgimento das sociedades arcaicas, o ser humano aprendeu a seguir exemplos e padrões de comportamento. O motivo e a origem desses padrões não é objeto desta pesquisa, mas sim a condução e perpetuação dessas concepções, que foram sendo passadas de geração em geração a ponto de condicionar os mais diversos costumes e crenças do homem.

Nesta engrenagem, o mito tem papel fundamental. Na Grécia Antiga, por exemplo, a religiosidade, baseada na mitologia dos deuses e dos grandes heróis, pautou a construção de uma sociedade complexa. A diferenciação entre bem e mal, certo e errado, ético e não ético, além de outras tantas dicotomias, encontram referências no universo mitológico, de enorme valor persuasivo.

No século XXI não é diferente. O mundo nutre-se de influências criadas e adaptadas pelos mitos. Ainda hoje, temos a marca do exemplo de heroísmo de figuras lendárias, que sugere ao homem comum uma necessidade latente de percorrer sua aventura cotidiana em busca da consagração. Singela ou grandiosa, tal aventura é o que move a sociedade a caminho do progresso.

O mito, no entanto, possui mutabilidade no tempo. Muitas crenças do passado não se provam eternas, sendo, de certa forma, substituídas por outros padrões a serem seguidos. Atualmente, novos mitos são desenvolvidos e podem ser encontrados em diversos setores da sociedade. O esporte, especialmente, vem se destacando na construção destas modernas expressões míticas.

É o atleta atual a expressão mais fiel do herói, representando uma função cada vez mais relevante nas relações contemporâneas. Portanto, é com foco no esportista moderno e em seu processo de mitificação, através dos meios de comunicação e principalmente da imprensa esportiva, que este trabalho irá propor uma visão diferenciada a respeito dos valores que regem a sociedade.

Este tema possui importância à medida que a visibilidade e prestígio dos atletas aumentaram sensivelmente nas últimas décadas. A razão desta tendência se encontra na consolidação do sistema capitalista e no processo vigente de globalização, que transformou o esporte em um dos principais instrumentos de intercâmbio cultural e manifestação nacionalista do planeta.

A atuação da mídia neste processo foi determinante. O esporte é hoje uma engrenagem capaz de movimentar quantias astronômicas por todo o mundo e de transformar qualquer

pessoa, de qualquer raça, advinda de qualquer país e classe social em um ídolo internacional, formador de opinião e objeto de admiração e respeito.

Este lucrativo negócio é sustentado pelos meios de comunicação, que designam uma parte considerável de seu conteúdo para os amantes do esporte, consumidores diários do tema em jornais, rádios, canais de televisão, internet e outras tantas plataformas de informação. A figura do atleta, não por acaso, é o grande alvo de interesse e conseqüentemente o principal motivador desta realidade.

Sendo assim, a proposta deste projeto é demonstrar de que forma a mídia trabalha em prol da mitificação dos ídolos do esporte. A idéia central é tornar mais claro o processo de construção da imagem do atleta, dando uma noção adequada da importância desta iniciativa para a imprensa esportiva e todas as empresas que se beneficiam da identificação entre o ídolo e a massa consumidora.

Com tal finalidade, o trabalho terá início com um capítulo teórico a respeito de diversos conceitos importantes para a compreensão do tema. Primeiramente serão apresentadas as definições de mito e mitologia, utilizando-se de obras consagradas como “O Herói de Mil Faces” de Joseph Campbell e “Mitologias” de Roland Barthes, passando por nomes como Sironneau, Eliade, Handersen e Jung.

Na seqüência será destrinchada a função do herói e sua relevância mitológica. Neste subcapítulo serão utilizados exemplos de figuras heróicas que marcaram as mais diversas sociedades arcaicas e se perpetuaram como símbolos exemplares de virtudes humanas.

Enfim, finalizando a primeira parte do trabalho, será feito um paralelo entre a figura do herói mítico e a imagem do atleta contemporâneo, tendo em vista as similaridades encontradas nos dois casos. Para isso, a linha de pensamento de Kátia Rubio, autora de “O atleta e o mito do herói: o imaginário esportivo contemporâneo” e de obras de Ronaldo Helal serão fundamentais.

O segundo capítulo começará a tratar da relação entre a imprensa esportiva e o processo de mitificação da imagem do atleta. Ele terá a função de explicar a origem do atual modelo de cobertura jornalística, que tem no ídolo seu principal foco e trunfo de captação de interesse.

Esta origem tem como grande nome a figura do jornalista Mário Filho, personalidade de grande destaque do jornalismo carioca e brasileiro na primeira metade do século XX. Foi ele o principal responsável pela profissionalização da imprensa esportiva e, ao mesmo tempo, agente importantíssimo do processo de popularização do esporte no Brasil. Ao colocar o atleta

no centro das atenções, Mário Filho conseguiu revolucionar a atividade e criar no país um modelo que se sustenta até os dias de hoje.

O jornalista transformou as coberturas de eventos esportivos em um acontecimento mais amplo. Os jogos passaram a ser apenas uma parte de um conjunto de fatos, que incluía treinamentos, viagens, convocações e premiações. Os atletas se tornaram verdadeiros personagens e suas características pessoais ganharam relevância junto ao público. Exemplo marcante disso foi a difusão das entrevistas como instrumento importante da imprensa esportiva.

O capítulo começará com uma breve descrição da trajetória de vida deste grande personagem, para em seguida traçar uma comparação entre o jornalismo esportivo antes e depois de Mário Filho, demonstrando todas suas relevantes contribuições.

Na terceira e última etapa do trabalho, o objeto de pesquisa será a atual relação entre os meios de comunicação, incluindo a imprensa esportiva, e os grandes ídolos do esporte. Será neste capítulo que o projeto apresentará de fato a importância da mídia no processo de mitificação dos atletas contemporâneos.

Para tal objetivo, se tomará como base um trabalho realizado pelo especialista em marketing esportivo, Esteve Calzada, ex-diretor do Barcelona F.C., um dos principais e mais vencedores clubes de futebol do planeta.

Em seu estudo, o espanhol destaca cinco atributos essenciais na exploração midiática de um ídolo do esporte, sendo quatro destes quesitos considerados extra-esportivos, ou seja, com base em características pessoais do atleta e não em suas qualidades profissionais. São elas: beleza, simplicidade, rebeldia e solidariedade.

Desta forma, cada um dos quatro itens será avaliado por meio de vários exemplos conhecidos do mundo do esporte. O objetivo é provar a relevância destas características na construção da imagem de um esportista, que é alçado pela imprensa e por outros beneficiados à condição de ídolo e conseqüentemente de mito dos tempos modernos.

Nomes do esporte brasileiro, como Neymar, Zico, Romário, Oscar Schmidt, além de figuras notáveis do cenário internacional, como David Beckham, Lebron James, Michael Phelps e muitos outros, servirão de base para esta análise.

Em comum, os atletas em questão possuem ou possuíram um altíssimo rendimento esportivo, capacidade que os diferenciou entre milhões de outros competidores. No entanto, somente isso não é o suficiente para se trabalhar a imagem de um grande ídolo. É necessário moldar a percepção que se tem da personalidade de cada uma destas figuras, de forma a

alcançar uma maior identificação por parte do público. Em cada caso, uma ou mais dessas quatro características citadas acima se observa fortemente.

Dessa forma, o trabalho a seguir terá a intenção de encontrar aspectos que relacionam e aproximam os mitos antigos dos atletas, considerados como os mitos modernos. Assim, se notará a tendência constante da humanidade em manter seus princípios pautados em figuras míticas de grande credibilidade.

2. O MITO NO ESPORTE

O esporte surgiu na Grécia Antiga com o intuito de provar a superação individual do ser humano e buscar sua perfeição física e mental. Em sociedades arcaicas repletas de referências mitológicas, a associação entre o atleta e o herói mítico é instantânea. Desde os primórdios do esporte, portanto, o campeão é visto como uma representação idealizada do homem, um ser superior, que deve servir de exemplo para os demais.

Provida de muitas referências mitológicas que atravessaram séculos, a sociedade contemporânea herdou a imagem do atleta como um ídolo, um verdadeiro herói. É com base nesta concepção, que este capítulo terá a função de demonstrar as mais diversas visões a respeito do mito e relacioná-lo com o esporte que é praticado nos dias atuais, em que possui um enorme interesse midiático e apelo comercial.

2.1 A Mitologia

A mitologia tem sido interpretada pelo intelecto moderno como um primitivo e desastrado esforço para explicar o mundo da natureza (Frazer); como um produto da fantasia poética das épocas pré-históricas, mal compreendido pelas sucessivas gerações (Miller); como um repositório de instruções alegóricas, destinadas a adaptar o indivíduo ao seu grupo (Durkheim); como sonho grupal, sintomático dos impulsos arquétipos existentes no interior das camadas profundas da psique humana (Jung); como veículo tradicional das mais profundas percepções metafísicas do homem (Coomaraswamy); e como a Revelação de Deus e Seus filhos (a Igreja). A mitologia é tudo isso. Os vários julgamentos são determinados pelo ponto de vista dos juízes. Pois, a mitologia, quando submetida a um escrutínio que considere não o que é, mas o modo como funciona, o modo pelo qual serviu à humanidade no passado e pode servir hoje, revela-se tão sensível quanto à própria vida às obsessões e exigências do indivíduo, da raça e da época. (CAMPBELL, 1995, p.368)

As definições mais básicas de mito e mitologia concentram-se na concepção de uma narrativa popular, fabulosa, repleta de seres sobrenaturais e ações imaginárias. São histórias relacionadas a culturas locais, que entrelaçam relatos fictícios e aspectos reais na busca por explicações naturais e religiosas.

Ao longo do século XX, no entanto, os especialistas ocidentais passaram a apresentar noções alternativas em análises sobre o tema, tendo como foco as importantes influências do mito nas relações humanas e na construção das sociedades contemporâneas.

A simples idéia de fábula, invenção ou ficção se tornou alvo de questionamento. Em substituição, iniciou-se uma reaproximação da compreensão vigente nas sociedades arcaicas, onde tais histórias eram tidas como verdadeiras e de cunho sagrado e exemplar.

A partir dessa aceitação, o mito tem sido explorado e estudado por etnólogos, sociólogos e historiadores das religiões seguindo tais moldes: tradição sagrada, exemplo e revelação primordial.

Segundo Rubio (2001), o significado que o mito carrega de maneira latente, imprime e ao mesmo tempo revela a tônica do momento por que passa um indivíduo ou grupo social. Nas sociedades em que o mito ainda vive, ele se configura, portanto, como um exemplo.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, Campbell (1995) vê o mito como parte integrante e indissociável da existência humana, algo como uma inspiração para todas as atividades do corpo e mente humana.

Já Eliade (1989) atenta para o caráter sagrado do mito, para sua função de relatar um acontecimento que teve lugar no tempo primordial, o tempo fabuloso dos “começos”. O mito descreve a origem, por meios sobrenaturais, de uma nova realidade, podendo ser o Cosmos (realidade total) ou um simples fragmento: um comportamento humano, uma espécie vegetal, um acidente geográfico, uma instituição. O mito se aproxima geralmente à narração de uma “criação” e por isso apresenta-se como paradigma de todo ato humano significativo.

Em suma, os mitos descrevem as diversas e frequentemente dramáticas eclosões do sagrado (ou do “sobrenatural”) no Mundo. É esta irrupção do sagrado que funda realmente o Mundo e que o faz tal como é hoje. Mais ainda: é graças a intervenções dos Seres Sobrenaturais que o homem é o que é hoje, um ser mortal, sexuado e cultural. (ELIADE, 1989, p.13)

Apesar das influências dos mitos nas sociedades contemporâneas, as transformações ocorridas ao longo da história determinaram mudanças culturais e sociais tão significativas que modificaram também a expectativa do ser humano em relação ao sagrado.

Levando em consideração tais mudanças, Sironneau (1985) acredita que a exata definição de mito apresentada pela história das religiões não pode ser indiscriminadamente aplicada aos mitos que são detectados nas representações coletivas das sociedades atuais. O autor defende, portanto, um novo tipo de abordagem ao tema.

Não é possível tornar o mito uma forma de representação coletiva superada, específica das sociedades arcaicas ou tradicionais, alheio às sociedades modernas, consideradas então históricas ou prometeicas. É preciso tentar uma abordagem do mito que considere o que ele representou nas sociedades arcaicas ou tradicionais sem, entretanto, excluí-lo das representações coletivas de nossas sociedades, e

particularmente de suas representações políticas e organizacionais (SIRONNEAU, 1985, p.261)

Partindo desse princípio, o autor sugere uma separação entre os mitos arcaicos e os modernos, propondo novas maneiras de distingui-los.

A primeira seria quanto à “forma ou modo de expressão” do mito. Na atualidade, ele pode se manifestar por diversos canais: linguagem oral, literária, televisiva, cinematográfica, entre outras. Já no mito arcaico religioso, isso é feito através de relatos de façanhas heróicas, sagas, ou atos sobrenaturais. Outra maneira de diferenciá-los seria se baseando em suas possíveis “funções” (cognitiva, sociológica, psicológica e ontológica).

A principal diferenciação, entretanto, seria feita com foco em suas “estruturas”. Elas são apresentadas como uma organização relativamente estável de símbolos ou de temas que na forma de ideologia e de utopia apresentam o ideal.

Segundo Rubio, (2001) a ideologia pode possuir níveis diferentes de racionalização. Em seu extremo, pode ser altamente saturada de mitologia, como é o caso da ideologia tecnocientífica na pós-modernidade. Por outro lado, ela pode também ser apresentada de modo mais moderado. Exemplo disso são as ideologias políticas atuais, como o liberalismo, o nacionalismo e o socialismo. Já a utopia é considerada um importante elemento de racionalidade, pois é a construção do ideal por meio da criação de um indivíduo particular, que busca o ideal.

Resumindo, o que demonstra Sironneau é que certos temas míticos tradicionais sobrevivem mais ou menos camuflados nas sociedades contemporâneas, por meio principalmente das representações culturais, como a literatura, a mídia e o cinema. Lá estão os personagens exemplares, figuras claramente inspiradas em estruturas míticas.

Tal caráter exemplar do mito atinge não somente o ser humano em sua dinâmica individual e subjetiva, mas também ajuda a construir uma identidade coletiva e social.

Toda sociedade possui uma herança em forma de instintos e impulsos que levam a ações comandadas por necessidades inconscientes. Jung conceitua tal herança como inconsciente coletivo, camada mais profunda da psique comum a todos os homens. É nela que se encontram os arquétipos.

Os arquétipos seriam tendências herdadas e armazenadas em nosso inconsciente. Eles consistem em determinantes inatos da vida mental, que levam um indivíduo a comportar-se de modo semelhante aos ancestrais que enfrentaram situações similares durante suas existências.

Baseado neste conceito, Handersen (*apud* RUBIO, 2001, p.80) acredita que “os mitos guardam uma forma universal mesmo quando desenvolvidos por grupos ou indivíduos sem qualquer contato cultural entre si”. Os mitos, portanto, podem ser considerados arquétipos.

Reforçando a idéia, Jung (1991) afirma que o arquétipo faz parte da estrutura psíquica herdada e pode, assim, manifestar-se espontaneamente sempre e por toda parte.

Uma visão menos antropológica a respeito do mito pode ser encontrada na obra “Mitologias”, primeiro trabalho semiológico de Roland Barthes (2009). O autor as define como algo muito mais complexo e vivo, sendo sistemas que distorcem a percepção da realidade para justificar certos comportamentos, muitas vezes condicionados pela atuação dos meios de comunicação.

Barthes trata da indiscriminada proliferação de valores burgueses na cultura de massa dos anos 1950 (filmes, jornais, espetáculos, programas de televisão, política etc.). Tais valores vão sendo naturalizados, transformando-se em fatos e costumes por meio dos quais a sociedade se adapta.

Dessa forma, é compreensível todas as referências mitológicas que ainda sobrevivem em nossa sociedade. A necessidade de se encontrar “heróis” e gerar “utopias” e “ideologias” está intrínseca em nosso inconsciente coletivo. A experiência do mito continua sendo uma forma natural e comum a todos os homens de transcender ao mundo cotidiano e penetrar em um universo divino.

2.2 O herói mítico

A imagem do herói está atrelada ao mito e à mitologia desde a antiguidade. Nos poemas épicos do grego Homero, os heróis são descritos como homens extraordinários, exemplares únicos da espécie. Eles possuem coragem e méritos superiores e são responsáveis por façanhas notáveis e grandes transformações na sociedade, terminando por atingir posição privilegiada junto aos deuses.

De acordo com Brandão (*apud* RUBIO, 2001), o herói é uma idealização do homem. Segundo o autor, na Grécia Antiga, por exemplo, as qualidades heróicas eram tidas como protótipo imaginário da *kalokagathía* (suma probidade), o valor superlativo da vida helênica.

Nas sociedades arcaicas, os heróis eram vistos como verdadeiros moldes. Teriam sido eles os fundadores de cidades e colônias; os introdutores de instituições humanas, como as

leis, os costumes, a escrita, o canto e a tática militar. Teriam instituído os jogos esportivos, vencido as guerras, e principalmente, livrado da terra os bandidos, as feras e os monstros.

A genealogia mítica dos heróis é um fator de suma-importância. Geralmente eles possuem parentescos ilustres, com pais ou mães de natureza divina. Hércules e Perseu (filhos de Zeus com mulheres mortais) são dois dos exemplos mais conhecidos.

Em outros casos, os heróis fazem parte da realeza ou são dádivas do Olimpo, presentes a famílias ou povos que conseguiram superar uma grande dificuldade. O nascimento de um herói é previsto por oráculos, e visto como uma representação de bons presságios ou premonições infelizes, que apontam os obstáculos e maldições que ele estará fadado a enfrentar.

Para Rubio (2001), a posição entre o mundo terreno e o divino ocupada pelos heróis, os coloca como figuras exemplares e ao mesmo tempo alcançáveis pelo resto da sociedade:

A distância entre deuses e heróis ainda que não seja grande, faz com que o homem se coloque mais próximo do herói, talvez por sua genealogia semi-humana, do que dos deuses, esses sim ilustres e inatingíveis. Isso porque esses personagens são representações simbólicas da psique total, entidade que supre o ego da força que lhe falta. (RUBIO, 2001, p.98)

Apesar das principais referências advirem da Grécia Antiga, a presença do herói não é exclusividade da estrutura mitológica grega. O mito do herói pode ser reconhecido facilmente na mitologia clássica romana, na Idade Média, no Extremo Oriente e entre diversas tribos contemporâneas. O herói tem um grande poder de sedução em qualquer sociedade e possui uma relevância psicológica profunda.

Na comunidade celta, segundo Chevalier e Gheerbrant (*apud* RUBIO, 2001), o protótipo do herói é o irlandês Cuchulainn. Esta figura, caracterizada pelas façanhas guerreiras desde a infância, é o protagonista de lendas extraordinárias, como ter detido sozinho ao longo de vários meses todos os exércitos das quatro províncias da Irlanda nas fronteiras do país.

O personagem representa a essência da função guerreira, baseada na bravura pessoal e no destemor. É um exemplo máximo de força física e outros atributos tão almejados pelos homens da região.

Tendo em vista tamanha masculinidade dos protótipos heróicos, é interessante questionar o papel da mulher neste universo mitológico. Na Grécia, com exceção de algumas deusas guerreiras, como Athena e Ártemis, o heroísmo é praticamente uma função masculina.

Os gestos femininos caracterizados pela reflexão e recolhimento constituem um universo em que atitudes tidas como heróicas são classificadas em uma outra ordem de valor.

Para Campbell, a condição de destaque auferida ao macho na mitologia é justificada pelas funções exercidas pelos homens nas sociedades arcaicas. É o homem que deve sair de casa para viver as aventuras cotidianas, enquanto a mulher permanece na proteção do lar. Já na cultura azteca, a mulher recebe maior prestígio, baseado principalmente no ato de dar à luz.

Entre os astecas, por exemplo, que dispunham de vários céus, para onde as pessoas iam de acordo com a morte que tivessem, o céu dos guerreiros mortos em batalha é o mesmo das mães que morrem em trabalho de parto. Dar à luz é incontestavelmente uma proeza heróica, pois é abrir mão da própria vida em benefício da vida alheia. (CAMPBELL, 1995, p.132)

Apesar de inúmeras e notáveis semelhanças, a figura do herói é variável de cultura para cultura, e sofre, obviamente, modificações com o passar dos séculos e a evolução das sociedades.

Dessa maneira, o herói clássico como Hércules, Aquiles e Perseu, toma a forma de personagens bíblicos, como Jesus Cristo e Moisés em outro período da história. Atualmente, o herói pode ser encontrado em uma gama infinita de filmes, livros, desenhos animados e séries de televisão. O mundo contemporâneo também apresenta seus heróis de carne e osso, que são constantemente “produzidos” pelos campos da política, dos negócios e dos esportes, por exemplo.

Pode se admitir, portanto, que o herói está presente em todas as mitologias e nos mais distintos momentos históricos da humanidade. Tal figura símbolo representou e segue representando um papel vital na formação dos seres humanos e de suas inspirações e expectativas mais básicas.

Segundo Rubio (2001), o papel do herói consiste na tarefa de retirar-se da cena mundana, dos feitos secundários e iniciar uma jornada pelas regiões causais da psique. Ao enfrentar grandiosas dificuldades, suas façanhas penetram no domínio da experiência e da assimilação, transformando-se em “imagens arquetípicas”, como definiu Jung.

Como já foi dito anteriormente, o conceito de arquétipo se baseia em referências herdadas para caracterizar imagens similares, sendo praticamente uma forma instintiva e padronizada de percepção humana ao longo de diferentes períodos históricos.

A imagem do herói é facilmente identificada como um arquétipo. Campbell o define como “o homem ou mulher que conseguiu vencer suas limitações históricas pessoais e locais e alcançou formas normalmente válidas, humanas” (CAMPBELL, 1995, p.28). Ou seja, as

inspirações dessas pessoas, frutos de um inconsciente coletivo já existente, ajuda a reforçar continuamente essa identidade.

Campbell descreve também um caminho comum na aventura mitológica do herói: separação-iniciação-retorno. Tal modelo se pauta geralmente na ruptura com o mundo cotidiano, seguido de uma penetração em alguma fonte de poder, e, por fim, o regresso à vida, no intuito de vivê-la com mais sentido.

Apesar dos padrões observados, como o descrito por Campbell, é preciso compreender que os modos de vida não são lineares, ou seja, não passam intactos por séculos de existência. Portanto, não se deve limitar a imagem do herói aos tipos épicos do passado, mas sim procurar encontrar os diferentes arquétipos contemporâneos, pois a necessidade de se produzir os mitos ainda resiste com força.

Ao observar os heróis da atualidade, pode-se definir que o heroísmo se baseia na superação pessoal, na vitória sobre seus próprios limites físicos, psicológicos, éticos, morais e muitos outros.

Seguindo esta mesma linha de raciocínio, Campbell postula que o problema da humanidade atualmente é precisamente o oposto daquele vivenciado pelas sociedades arcaicas, influenciando e modificando a forma como o herói é visto e composto.

Naqueles períodos, todo o sentido residia no grupo, nas grandes formas anônimas, e não havia nenhum sentido no indivíduo com a capacidade de se expressar; hoje não há nenhum sentido no grupo – nenhum sentido no mundo: tudo está no indivíduo. Mas hoje o sentido é totalmente inconsciente. Não se sabe o alvo para o qual se caminha. Não se sabe o que move as pessoas [...] 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 (CAMPBELL, 1995, p.372)

Assim, temos mais uma vez a confirmação de que o mito se transforma com as mudanças da sociedade e da cultura. Dessa forma, o herói não se apresenta dentro de um modelo único.

Para Henderson, a atribuição essencial do mito heróico é desenvolver no indivíduo a consciência do ego – o conhecimento de suas próprias forças e fraquezas – de maneira a deixá-lo preparado para as difíceis tarefas que a vida irá lhe impor. Em cada ciclo da história de vida do indivíduo o mito tomará forma particular, que se aplica a determinado ponto alcançado pelo indivíduo no desenvolvimento da sua consciência do ego e também aos

problemas específicos com que se defronta a cada momento. Ou seja, a imagem do herói evolui de maneira a refletir cada estágio da evolução da personalidade humana.

2.3 O atleta como herói contemporâneo

A necessidade da produção de mitos persiste na sociedade contemporânea e, como já foi explicitado, a noção de herói foi sendo modificada pelas evoluções sócio-culturais da humanidade. Nos dias de hoje, o que se observa é a ascensão de ídolos e figuras heróicas nos mais diversos ramos de atividade profissional, com destaque para os esportes.

As mudanças estruturais que ocorreram em larga escala na sociedade durante o século XX foram absorvidas de maneira muito própria pelo fenômeno esportivo. Hoje, o esporte é praticamente um espelho da sociedade moderna industrial.

Segundo Guttman (*apud* BRACHT, 1997), são características como secularização, igualdade de chances, especialização, racionalização, burocratização, quantificação e busca de recorde, que tanto aproximam o esporte dos conceitos que regem a sociedade capitalista pós-industrial.

Da Matta (1994) apresenta dois notáveis aspectos da vida burguesa como elementos fundamentais na compreensão da relevância assumida pelo esporte nos dias de hoje: a disciplina e o *fair play*.

A disciplina ensina e reafirma constantemente nas massas o dever do cidadão. Ela tem por objetivo garantir os limites da vida em sociedade, o respeito às leis e a noção de coletividade em torno de um ideal comum. Já o *fair play*, conhecido também como jogo limpo, tem no esporte assim como na sociedade, um caráter de aceitação, de banalização do insucesso em relação aos princípios éticos que norteiam a competitividade.

Há quem diga que o esporte é uma atividade meramente lúdica, no entanto a prática de alto rendimento tem mesclado tantos aspectos sociais que é difícil ignorar sua relevância. A disputa das Olimpíadas, por exemplo, é uma grande oportunidade de observar a superioridade econômica e política de algumas nações frente a outras. Enquanto os países mais desenvolvidos disputam com frequência o topo do quadro de medalhas, as menores economias se contentam em participar do evento sem maiores destaques.

A ideologia e a paixão são mais dois componentes sempre presentes no esporte, nutridos principalmente pelos torcedores. Estes sentimentos, muitas vezes exacerbados, são

motivados pelo amor às agremiações esportivas e pelo nacionalismo. Entretanto, para se compreender a representatividade do esporte na sociedade contemporânea, é preciso entender o principal objeto de identificação popular: o atleta.

Na concepção de Helal (1998), o esporte não consegue se sustentar por muito tempo junto à massa sem a presença de “heróis”, “estrelas” ou “ídolos”. O papel que desempenham os atletas atualmente como principais representantes de uma parcela da comunidade, é fundamental no processo de identificação do espectador com o evento esportivo.

O resultado dessa identificação é a elevação do esportista à condição de herói, como afirma Rubio:

O herói enquanto figura mítica vem representar o mortal, que transcendendo essa sua condição aproxima-se dos deuses em razão de um grande feito. A realização de prodígios é quase sempre uma mistura de força, coragem e astúcia, caracterizando essa figura não como alguém dotado apenas de força bruta, mas como uma figura particular, capaz de realizar mais do que apenas a força lhe daria condições. Transpondo para os nossos dias temos no atleta de alto rendimento uma espécie de herói onde quadras, campos, piscinas e pistas assemelham-se a campos de batalhas em dias de grandes competições. (RUBIO, 2001, p.99)

Ainda segundo Rubio (2001), não é apenas o momento máximo da competição esportiva que faz o atleta se identificar com o herói. Sua trajetória de vida, antes e depois de grandes conquistas, envolve certas etapas comuns ao mito.

Inicialmente, ocorre uma espécie de chamada para a prática esportiva, que muitas vezes significa até a ruptura de uma criança ou adolescente com a vida normal ao lado dos pais. Ela ingressa em um clube ou centro de excelência esportivo e inicia uma série de provas, que exigem do jovem muita determinação, persistência e sorte.

Já consolidado na atividade, o atleta sai em busca de seu momento de coroação. O grau de excelência atingido pelo esportista vai definir seus objetivos e o caracterizar como um ídolo ou um simples coadjuvante. No caso de um grande atleta, uma conquista em Olimpíada ou Mundial é geralmente o ponto máximo de sua trajetória esportiva.

Por fim, ao encerrar a carreira, o atleta promove seu retorno à condição de cidadão comum. Esta última etapa se assemelha bastante ao pós-façonha vivido pelo herói mítico, quando retorna ao seu lar e finalmente ganha o direito psicológico de se sentir livre para viver.

Assim como um herói, a vida de um atleta também tem contornos trágicos. Sua vocação pode ser vista até de certa forma como uma maldição.

O atleta é um ser raro, um entre milhares que possui as qualidades físicas e psicológicas para desempenhar uma função bem específica e admirada pela sociedade como

um todo. Atender a esse chamado vocacional é certamente abrir mão de uma vida banal e assumir a responsabilidade de superar seus limites e ao mesmo tempo representar uma comunidade e sofrer com as devidas pressões por resultados.

No entanto, os “heróis” atuais possuem uma grande diferença em relação aos tradicionais mitos gregos, por exemplo. Enquanto o herói arcaico tem sua imagem relacionada à guerra, os atletas estão cada vez mais vinculados ao entretenimento e ao lazer. Suas façanhas são assistidas em tempo real por milhões de pessoas espalhadas pelo planeta, o que torna sua identificação e consagração ainda mais forte e instantânea. “Seus feitos são capazes de levar multidões a estádios e ginásios, em momentos de espetáculo, ou causar dor e comoção coletiva em caso de acidente ou morte” (RUBIO, 2001, p.98).

Tal adoração possui também seu lado oposto. Enquanto representantes de agremiações ou países, diretamente envolvidos em competições, os atletas são vistos também como adversários por uma significativa parcela dos espectadores. Se os torcedores são capazes de amar seus representantes, ao mesmo tempo são capazes de odiar seus adversários.

Segundo Rubio (2001), essa dualidade tem inspirado autores, principalmente americanos e europeus, como Russel, Harris e Mangan e Holt, a analisarem o atleta como herói para a sociedade à qual ele pertence.

A partir do momento em que o esporte passa a gerar amor e ódio na sociedade, seu redimensionamento é natural. Tais estudiosos já reconhecem o esporte não só como uma prática saudável e popular, mas sim como objeto de análise sobre os valores e relações sociais.

O destaque que é dado pela imprensa, por exemplo, já coloca o esporte ao lado de ciências econômicas, políticas e sociais, como atividade central, digna de um conjunto próprio de valores a serem observados e analisados. A repercussão dos eventos esportivos, aliás, possui uma abordagem bem característica, que reflete as expectativas contemporâneas de maneira quase sempre metafórica.

É o que sugere Whannel (*apud* RUBIO, 2001), ao afirmar que o esporte tem sido prodigamente apresentado como uma metanarrativa. Para o autor, o discurso adotado nas coberturas esportivas transforma o evento em uma história, com personagens, heróis e vilões. A construção de audiência se utiliza ainda estrategicamente de questões nacionais e patrióticas para seduzir o espectador. Um exemplo claro dessa construção são os métodos de locução ufanista adotados por Galvão Bueno, não à toa o principal narrador esportivo do Brasil.

Dessa maneira, os atletas se juntam a artistas, políticos e demais celebridades em um seleto grupo de personagens romantizados atualmente pela mídia. Edgar Morin os nomeia como olímpianos modernos:

Os novos olímpianos são, simultaneamente, magnetizados no imaginário e no real, simultaneamente, ideais inimitáveis e modelos imitáveis; sua dupla natureza é análoga à dupla natureza teológica do herói-deus da religião cristã: olímpianas e olímpianos são sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam. A imprensa de massa, ao mesmo tempo que investe os olímpianos de papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substâncias humana que permite a identificação (MORIN, 1997, p. 106-107)

A mídia, tendo como seu principal expoente a televisão, pode ser considerada o grande impulsionador do processo de globalização. Partindo do pressuposto capitalista no qual agem os meios de comunicação, o esporte é visto também como um produto e a exploração da imagem dos atletas é mais uma enorme oportunidade lucrativa. Tal exploração e a aceitação por parte da sociedade colocam em evidência todo o caráter mítico desses heróis contemporâneos.

Tendo como base as semelhanças entre o comportamento esportivo e o imaginário religioso arcaico, Costa afirma que o esporte é a grande reprodução mítica e simbólica nos dias de hoje.

Pelos temas que celebra – morte simbólica, combate sagrado, procura do paraíso perdido, conquista da imortalidade – pelos rituais que o envolvem – cerimônias, festivais, desfiles de bandeiras, chama olímpica, entrega de prêmios - e pelos atores que nele intervêm – heróis, ídolos, representantes da comunidade com o estatuto de super-homens - o desporto moderno é, no seio da nossa sociedade, uma verdadeira arqueologia dos mitos arcaicos (COSTA *apud* RUBIO, 2001, p.105).

Sendo assim, enxergar o esporte como o grande celeiro dos mitos modernos é extremamente coerente. As semelhanças que aproximam a imagem do herói mítico da imagem do atleta contemporâneo são inúmeras e bem embasadas.

No entanto, o mais importante é observar que a relação do público com seus ídolos possui claramente um caráter mitológico. O esporte é capaz de provocar um fascínio semelhante à religiosidade e os grandes atletas são vistos subjetivamente como seres superiores, iluminados e divinos. Essa admiração é um sentimento natural do homem e caracteriza fortemente a sociedade atualmente.

3. MÁRIO FILHO: O CRIADOR DE MITOS

Nas primeiras décadas do século XX, a atividade jornalística fervia nas principais cidades do país. Na contramão deste avanço, o gênero atualmente conhecido como jornalismo esportivo se mantinha no mais completo amadorismo.

Foi preciso a ação e dedicação total de um grande jornalista para mudar não só o cenário da crônica esportiva brasileira, mas também o próprio esporte nacional. Mário Filho foi o impulsionador do futebol, ajudando a transformar a prática de origem britânica em uma das maiores paixões do brasileiro. Fez o mesmo com o Carnaval e, por isso, ficou conhecido como o “Criador das multidões”. À época, aglomerações populares tão grandes como as dos estádios de futebol eram vistas somente em guerras e ações revoltosas.

Além de “criar” multidões, Mário Filho criou “mitos”. Com foco no atleta, o visionário introduziu uma linguagem própria no jornalismo esportivo, estabelecendo um modelo que permanece em certos aspectos até os dias atuais.

Baseado neste personagem de suma importância para a prática jornalística no Brasil, este capítulo irá apresentar a trajetória pessoal e profissional de Mário Filho, além de traçar um paralelo comparativo entre o jornalismo esportivo antes e depois de suas marcantes contribuições.

3.1. Vida e carreira

Mário Rodrigues Filho nasceu na capital pernambucana de Recife, no ano de 1908 (CASTRO, 1992), e desde a infância contou com uma enorme influência familiar para exercer o jornalismo, atividade que o consagrou como principal entusiasta e desenvolvedor da crônica esportiva no Brasil.

Terceiro dos treze filhos de Maria Ester com Mário Rodrigues, então jornalista do Diário de Pernambuco, Mário Filho viu crescer em sua família outros nomes igualmente ilustres. Entre os irmãos, destaque para o artista plástico Roberto Rodrigues, o cineasta Milton Rodrigues, além do escritor, dramaturgo e também jornalista, Nelson Rodrigues.

Em 1916, acompanhando o patriarca, a família se mudou para o Rio de Janeiro. Na então capital federal, Mário Rodrigues obteve tamanho destaque trabalhando no "Correio da Manhã", que posteriormente, em 1925, adquiriu seu próprio jornal, intitulado “A Manhã”. Três anos mais tarde, os Rodrigues fundariam também “A Crítica”.

Foi no primeiro diário da família que Mário Filho e seus irmãos começaram a ter contato com a profissão e auxiliar seu pai na condução administrativa e jornalística da empresa. Durante um ano, o ainda adolescente Mário Filho ocupou um cargo gerencial, para em seguida passar a se dedicar às páginas literárias, onde publicava semanalmente trechos de romances, contos e poemas.

Prodígio na profissão, não demorou muito para que o jovem encontrasse sua verdadeira vocação e trilhasse seu próprio caminho de sucesso. Em 1927, Mário Filho passou a ser o responsável pela seção de esportes do jornal, gênero no qual trabalharia e pelo qual lutaria durante toda a carreira.

O começo, no entanto, não foi nada fácil. Na época, os esportes tinham um espaço muito reduzido na imprensa e os repórteres do ramo ocupavam a posição mais baixa da hierarquia dentro de uma redação. Com o passar dos anos, a própria imagem de Mário Filho e suas enormes contribuições para a popularização dos esportes representaram uma revolução para o profissional da área.

Sendo filho do patrão e com suporte financeiro para tal, Mário Filho soube como ninguém valorizar as páginas de sua seção. Em linhas gerais, o jornalista reformulou as coberturas esportivas, criando maior apelo em torno dos eventos (principalmente os jogos de futebol) e dos atletas, que passaram de figuras marginalizadas a personagens de fotos, entrevistas e até biografias.

Entretanto, antes de realizar seus feitos mais marcantes como jornalista esportivo, Mário Filho teve de enfrentar uma verdadeira tragédia familiar, que se iniciou no ano de 1929. Primeiramente, ele conviveu com o assassinato do irmão Roberto Rodrigues, cometido dentro da redação de “A Crítica” por Sylvia Serafim. O crime foi motivado por vingança, após o jornal ter acusado a escritora de estar mantendo um caso fora do casamento. Menos de um ano depois, foi a vez do pai, Mário Rodrigues, falecer por hemorragia cerebral.

Após os incidentes, a responsabilidade do jornal recaiu toda sobre Mário Filho e seu irmão Milton, que enfrentaram uma grande crise pela posição política mantida pela publicação nas eleições presidenciais de 1930.

O jornal “A Crítica”, que apoiou o candidato eleito Júlio Prestes e atacou com veemência Getúlio Vargas durante todo o processo, acabou sendo empastelado pelos ativistas da Revolução de 30, que alçou o político gaúcho ao poder.

Com o periódico fechado, os remanescentes da família Rodrigues passaram por um período financeiramente penoso. A reviravolta na trajetória de Mário Filho só teve início em

1931, quando Roberto Marinho o convidou para dirigir a seção de esportes do jornal “O Globo”.

Com a ajuda financeira de Marinho, o jornalista fundou, ainda em 1931, seu próprio jornal, intitulado “Mundo Esportivo”. Apesar da curta duração de oito meses, abreviada pela falta de recursos, a publicação teve grande valor histórico. Foi nela que Mário Filho promoveu e divulgou o primeiro desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro, evento atualmente consagrado como símbolo cultural da cidade.

Nas páginas esportivas de “O Globo”, seu trabalho rendia frutos igualmente relevantes. Em 1933, Mário Filho iniciou uma campanha em favor do profissionalismo no futebol carioca, o que acarretou na divisão do campeonato regional em dois: o profissional e o amador.

Buscando promover o bloco profissional, Mário Filho se apegou à figura dos grandes clubes da cidade e trabalhou na valorização dos clássicos. Foi nessa época, por exemplo, que o jornalista criou a expressão “Fla-Flu” e transformou o encontro entre as duas equipes em um verdadeiro fenômeno de massas.

O trabalho desenvolvido em “O Globo” ajudou Mário Filho a se recuperar financeiramente e a estreitar seus laços com os clubes de futebol. Em 1936, com o auxílio de Flamengo e Fluminense, ele voltou a se aventurar como proprietário ao comprar o quase falido à época “Jornal dos Sports”, o qual ele comandaria até o fim de sua vida.

Dois anos mais tarde, ao lado de Marinho, Mário Filho lançou mais uma publicação: *O Globo Esportivo*. Assim, ampliando de vez a produção de conteúdo sobre esportes no Brasil, ele se consolidou como maior divulgador do gênero e responsável por diversas criações. Entre elas, vale destacar os “Jogos da Primavera”, o “Torneio Rio-São Paulo” e a “Copa Rio”.

O jornalista também foi fundamental no processo de construção do então Estádio Municipal do Maracanã. Como principal defensor e entusiasta do projeto, Mário Filho utilizou sua influência para convencer autoridades da importância de um novo palco para a Copa do Mundo de 1950.

Tido por muitos como o responsável pela transformação do esporte em espetáculo e pela popularização do futebol brasileiro, Mário Filho encerrou sua obra ao falecer em 1966, aos 58 anos. Em homenagem aos seus esforços em vida, o Maracanã passou a se chamar Estádio Jornalista Mário Filho.

3.2 O jornalismo esportivo no Brasil antes de Mário Filho

Hoje, eu e meus colegas andamos por aí, realizados, bem-sucedidos, temos automóveis e freqüentamos boates; andamos de frente erguida e o nosso palpite tem a imodéstia de uma última palavra. Mas eu gostaria de perguntar: - o que era e como era a crônica esportiva antes de Mário Filho? Simplesmente não era, simplesmente não havia. Sim, a crônica esportiva estava na sua pré-história, roia pedra nas cavernas. Não vejam crueldade nas minhas palavras, mas apenas simples e exata veracidade histórica. Bem me lembro do tempo em que comecei a escrever esporte. Meu companheiro de seção era uma miserando, mais humilhado e mais ofendido do que o Marmeladov do Crime e Castigo. Quando ria, ou sorria, mostrava uma antologia de focos dentários. E os outros colegas padeciam de igual miséria dostoievskiana. Era uso, então, entre os clubes, oferecer um lanche à crônica. Nada mais plangente e pungente do que a voracidade com que agredíamos os guaranáis e os sanduíches. (RODRIGUES *apud* COSTA, 2010, p.1)

O relato de Nelson Rodrigues evidencia a enorme importância de Mário Filho para o desenvolvimento do jornalismo esportivo no Brasil. Todavia, talvez pelo laço familiar entre os dois, o escritor tenha exagerado ao afirmar que a crônica especializada “simplesmente não era, simplesmente não havia” antes do irmão. A verdade é que tal gênero jornalístico já era praticado há décadas no Rio de Janeiro e em São Paulo. Dessa forma, pode-se dizer que o papel de Mário Filho é muito mais de um transformador do ramo do que propriamente de um criador.

Inspirado nas páginas esportivas, que ganhavam cada vez mais espaço na Europa, o Brasil teve suas primeiras publicações do tipo em meados do século XIX. Segundo Bahia (1990), o jornal “O Atleta”, de 1856, foi o primeiro a tratar de esportes no país. O periódico difundia ensinamentos para o aprimoramento físico dos habitantes do Rio de Janeiro, então capital federal. Já em 1886, na cidade de São Paulo, começaram a circular o “Sport” e o “Sportman”, ambos trazendo conceitos sobre desenvolvimento físico e mental.

Tais publicações tinham em comum o enfoque no aspecto científico do esporte. O relato de competições esportivas, da forma como já era feito na Europa, não tinha espaço na imprensa brasileira. Nem mesmo o remo, modalidade mais popular do Rio de Janeiro na época, recebia um mínimo destaque. Por sua vez, o futebol, trazido em 1894 pelo paulistano Charles Miller, em poucos anos ganhou força e uma publicação especializada em coberturas factuais.

Segundo relata o jornalista Paulo Vinícius Coelho (2003), o jornal “Fanfulla”, de São Paulo, foi o precursor das coberturas futebolísticas na primeira década do século XX.

Não se tratava de um periódico voltado para as elites, não formava opinião, mas atingia um público cada vez mais numeroso na São Paulo da época: os italianos. Um aviso não muito pretensioso de uma das edições chamava-os a fundar um clube de futebol. Foi assim que nasceu o Palestra Itália, que se tornaria Palmeiras décadas mais tarde, no meio da Segunda Guerra Mundial. (COELHO, 2003, p.8)

Para Coelho, o conteúdo produzido pelo “Fanfulla” não se aproximava nem um pouco do que é praticado atualmente no jornalismo esportivo, pois se tratavam apenas de descrições de partidas, sem nenhum foco na imagem do atleta. Contudo, o pequeno jornal para imigrantes italianos se transformou na principal fonte de consulta sobre os primórdios do futebol brasileiro.

Aos poucos, o futebol também se tornou alvo de atenção por parte de importantes jornais como o “Estado de São Paulo”. Segundo José Renato de Campos Araújo (*apud* COSTA, 2010), a cobertura de alguns jogos na década de 1910 se caracterizavam por ultrapassar uma simples cobertura passiva. Além de descrever os preparativos, narrar os fatos e comentar escalações, o jornal ainda realizava pesquisas para descobrir as preferências dos leitores.

Outro veículo importante teria sido a “Gazeta – Edição Esportiva”, também de São Paulo, que se caracterizava por um maior volume de informações a respeito do cotidiano esportivo, com destaque para o futebol. A cobertura praticada não se limitava aos principais clubes de São Paulo, mas tratava também de torneios menores de futebol, como os campeonatos de várzea e os criados por ligas operárias.

Apesar de já haver conquistado algum espaço nas publicações da época, uma característica em especial das coberturas futebolísticas dificultava a popularização da modalidade. Como fora trazido pela elite paulistana, mais precisamente por jovens que foram estudar na Inglaterra (caso de Charles Miller), existia uma predisposição dos jornais em preservar em seus textos certos valores da elite e manter o esporte como símbolo de modernidade e fidalguia. Essa interpretação se refletia em um discurso comedido, sem excessos verbais e marcado pela seriedade e rigidez formal.

A mudança dessa abordagem talvez tenha sido a principal colaboração de Mário Filho para o jornalismo esportivo. Entretanto, vale mencionar que, ainda na década de 1910, alguns periódicos e revistas de variedades costumavam oferecer um tratamento mais informal ao futebol: “Muitas reportagens produzidas por essas publicações se caracterizavam pelo uso de um tom mais humorístico, investindo em charges e casos pitorescos envolvendo jogadores” (COSTA, 2010, p.2)

Provavelmente, estas publicações serviram como referência para a revolução colocada em prática por Mário Filho, quando o foco na imagem do atleta e sua mitificação se tornaram um dos grandes trunfos na popularização do esporte.

3.3 O jornalismo esportivo depois de Mário Filho

Posso dizer que, desde então, ninguém influiu mais na imprensa brasileira. O próprio artigo de fundo deixou de ter a pose do mordomo de filme de policial inglês. Nos tópicos, fazia-se, vez por outra, uma concessão à nova língua. Em suma: - o jornal deixava de ser besta. E, graças a Mario Filho, o futebol invadiu o recinto sagrado da primeira página. [...] E, súbito, o grande jogo começou a aparecer, no alto da página, em oito colunas frenéticas. Tudo mudou, tudo: - títulos, subtítulos, legendas. Abria-se a página de esporte e lá vinha o soco visual: - o crioulo do Flamengo, de alto a baixo da página. E não era a pose de hirta. Mario Filho acabou com o craque perfilado como se estivesse ouvindo o Hino Nacional. O craque aparecia em pleno movimento, crispado no seu esforço. E as figuras plásticas, elásticas, acrobáticas, enchiam as páginas de tensão e dramatismo. E, com isso, o diretor, o secretário e o gerente descobriram o futebol e o respectivo profissional. O cronista esportivo deixava de ser o pai da Sônia do Crime e Castigo. Começou até a mudar fisicamente. Por outro lado, seus ternos e gravatas acompanhavam a fulminante ascensão social e econômica (RODRIGUES *apud* COSTA, 2010).

A trajetória de vida de Mário Rodrigues Filho se confunde com o surgimento do profissionalismo no futebol e no jornalismo esportivo. Sua contribuição foi tão intensa e participativa que, com o passar dos anos, se criou o consenso de que tal reestruturação teria se consolidado exclusivamente através de seus esforços.

Para muitos estudiosos, o status de inventor do jornalismo esportivo é um exagero, mesmo que Mário Filho tenha sido o principal vanguardista do gênero. Sendo incorreto atribuir somente a ele o surgimento da imprensa esportiva profissional, deve-se ao menos considerar sua participação direta nas mudanças estéticas, lingüísticas e práticas promovidas na crônica esportiva.

O estilo próprio que ajudou a guiar tal revolução começou a ser experimentado ainda nos jornais “A Manhã” e “Crítica”, ambos de propriedade de seu pai Mário Rodrigues. Famosos pela exploração de escândalos políticos e domésticos, muitas vezes com teor apelativo, tais periódicos certamente influenciaram o jovem jornalista a transformar meras notícias em narrativas extraordinárias, e atletas, árbitros e dirigentes em grandes personagens.

Os recursos utilizados para seduzir os leitores nas páginas policiais, por exemplo, passaram a ser usados também nas páginas esportivas. A diferença básica é que enquanto uma

seção explorava a tragédia, o esporte permitiu que Mário Filho explorasse aspectos mais positivos da sociedade, como a empolgação, a idolatria e as multidões em torno de um gosto comum.

De acordo com Costa (2010), uma das mudanças mais importantes colocadas em prática por Mário Filho foi o investimento nas imagens. Com o auxílio do ilustrador Guevara, a seção esportiva de “A Manhã” passou a publicar fotografias tiradas em close e que captassem os jogadores ainda em ação nas partidas, substituindo o que até então não passava de raras fotos em que os atletas apareciam vestidos formalmente e longe da atividade esportiva.

Outra contribuição fundamental foi a simplificação da linguagem utilizada pelos jornalistas esportivos. Existia até então uma formalidade que afastava boa parte do público.

Segundo De Carvalho (2011), Mário Filho foi responsável por modificar a forma como os jornais se referiam aos clubes de futebol. O Fluminense Football Club e o Clube de Regatas Flamengo, por exemplo, passaram a ser tratados como Fluminense e Flamengo simplesmente, e mais tarde o encontro ganhou a singela alcunha de “Fla-Flu”.

Seguindo a mesma linha, alguns dos inúmeros termos em inglês presentes no futebol (remanescentes de sua origem britânica) foram aos poucos sendo excluídos das páginas de seu jornal. Em substituição a *field* ou *ground*, passou-se a usar campo ou estádio, assim como *meeting* deu lugar a jogo.

As transformações não se limitavam ao aspecto visual ou linguístico. O conteúdo apresentado por Mário Filho se diferenciava bastante do padrão jornalístico da época quando o assunto era esporte:

Para compreendermos um pouco melhor a diferença de tratamento dada ao futebol, é interessante recorrer a uma brevíssima comparação da cobertura da Copa de 1930. No jornal O Globo, por exemplo, as notícias sobre esse evento ocupavam apertado espaço e eram anunciadas de modo econômico: “Os brasileiros venceram os bolivianos por 4 x 0” (21/07/1930). Já nas páginas de Crítica, a participação da seleção na Copa de 1930 recebeu tons mais superlativos, com toques pitorescos e um investimento em conteúdos mais subjetivos como depoimentos e entrevistas. É o que se pode perceber na manchete: “Crítica publica hoje, uma descrição detalhada e sensacional da viagem dos brasileiros, segundo o diário de bordo de um jogador” (12/07/1930). (COSTA, 2010, p.2)

Mário Filho deixava clara a intenção de subjetivar o esporte, e dessa forma foi aos poucos adicionando outros pontos de vista às coberturas esportivas. Para prender a atenção do leitor por dias e até meses, não bastava a simples informação dos placares dos jogos, que

aconteciam periodicamente. Era preciso trazer à tona o dia-a-dia esportivo, narrativizando a trajetória de uma equipe, e muitas vezes a própria vida pessoal de um atleta.

Dirigindo a seção de esportes de “O Globo”, a partir de 1931, as estratégias de Mário Filho se amadureceram e ficaram cada vez mais evidentes. Nas reportagens produzidas por suas equipes destacava-se a conversão dos jogadores em ídolos, atribuindo-lhes adjetivações acima da média humana.

Ao mesmo tempo em que tratava de mitificar o desempenho esportivo de atletas, o jornalista fazia questão de aproximá-los do público através da humanização de suas trajetórias pessoais.

Um dos grandes futebolistas da época, o artilheiro Leônidas da Silva, pode ser considerado o primeiro caso exemplar nesse contexto, pois teve seu passado sofrido e cheio de dificuldades destrinchado por Mário Filho nas páginas do jornal. Fora isso, o jogador passou a ser seguido de perto pelos repórteres e viu seu nome sendo frequentemente citado em manchetes, em temas que não se limitavam à modalidade.

Antes de Mário Filho era raridade um atleta emitir opinião sobre o esporte ou qualquer outro assunto. No periódico de Roberto Marinho, no entanto, as entrevistas passaram a ser destaque na busca por um conteúdo mais subjetivo e na tentativa de aproximação entre jogador e torcedor. Uma delas fez história ao ocupar meia página do jornal com aspas do goleiro Marcos Carneiro de Mendonça.

Mário Filho passou a utilizar os depoimentos colhidos como elementos narrativos, dando destaque à biografia dos atletas e não apenas às notícias referentes ao esporte. A abordagem caiu no gosto geral já acostumado com os romances-folhetins e foi preponderante no processo de promoção e popularização do esporte, com resultados ainda mais expressivos no futebol.

O jornalista não inovou somente na forma como se trabalhava a imagem dos atletas fora de campo. Seu inegável talento como romancista lhe conferia atributos suficientes para encantar e impressionar o público em descrições fabulosas de jogos, jogadas e jogadores, como fez com Domingos da Guia: “Uma vez ele deu uns vinte dribles seguidos em Heleno de Freitas. Heleno de Freitas foi para cima dele. Domingos tomou-lhe a bola e com o pé parecia que amolava uma navalha” (COSTA, 2010, p.4).

O sensacionalismo, os excessos e a dramaticidade passaram a fazer parte da crônica esportiva brasileira. Mário Filho compreendeu perfeitamente o esporte como fuga das mazelas cotidianas e atendeu ao desejo do público em mergulhar no universo lúdico dos grandes heróis em campos de batalha.

Conhecido como o “Criador das Multidões”, Mário Filho foi um dos responsáveis pela ascensão do futebol como um fenômeno de massas e uma das principais expressões culturais do Brasil.

No jornalismo esportivo, seu legado colocou o atleta no centro das atenções e fez a atividade se desenvolver e ser cada vez mais respeitada. Após sua morte, o Brasil viu nascer inúmeros craques do esporte e muitos deles se tornaram verdadeiros ícones da sociedade. Mitos que continuam a surgir e que certamente irão povoar o imaginário popular durante séculos.

4. A MITIFICAÇÃO DO ATLETA CONTEMPORÂNEO

Em sua edição de nº 1.377, publicada em abril de 2013, a revista "Placar" trouxe uma série de reportagens a respeito do jogador Neymar, ídolo do Santos, da Seleção Brasileira e símbolo máximo do futebol nacional nos últimos anos.

A revista tratou como tema central a possibilidade de Neymar atuar em um grande clube europeu nas próximas temporadas (na data da publicação o atacante ainda não tinha acertado sua transferência para o Barcelona, o que se concretizou somente no dia 25 de maio de 2013). Há tempos, Neymar já vinha chamando a atenção dos principais clubes do Velho Continente, que passaram a enxergá-lo não só como um potencial técnico e vencedor dentro de campo, mas também como um garoto-propaganda de altíssimo retorno financeiro e captação de mídia.

Como ilustração à reportagem, a *Placar* apresentou um quadro comparativo, denominado "Mina de Dinheiro", onde o espanhol Esteve Calzada, ex-diretor de Marketing do *Futbol Club Barcelona*, analisou o potencial da imagem de Neymar e de outros três jogadores do primeiro escalão do futebol mundial: o português Cristiano Ronaldo (Real Madrid), o argentino Lionel Messi (Barcelona) e o inglês Wayne Rooney (Manchester United).

O especialista elencou cinco elementos fundamentais na exploração midiática de um atleta: Simplicidade, Solidariedade, Genialidade, Beleza e Rebeldia. Para cada item citado, o espanhol atribuiu notas de um a cinco para os jogadores, estabelecendo assim uma pontuação média final.

Segundo o estudo de Calzada, Neymar recebeu o valor máximo (cinco) em Genialidade e Rebeldia, levou nota quatro em Beleza e Solidariedade e ficou com três em Simplicidade. Na média final, o brasileiro atingiu 4,2 pontos, marca superior a de Lionel Messi (3,8), a de Cristiano Ronaldo (3,0) e a de Wayne Rooney (2,8).

A análise, além de apontar Neymar como o futebolista contemporâneo de maior potencial comercial, revelou também um aspecto muito importante no processo de utilização da imagem de um atleta: a diversidade de atributos extra-esportivos a serem explorados pela mídia.

Vale ressaltar que tal exploração não é exercida somente por campanhas publicitárias de multinacionais ou pelos próprios clubes em busca de mercados consumidores. A imprensa

(não apenas esportiva) também se beneficia da imagem dos grandes atletas, explorando intensamente tal potencial nos jornais, na internet, nas rádios e nos programas televisivos.

Traçando um paralelo com o capítulo anterior deste trabalho, vive-se na atualidade o auge do modelo proposto por Mário Filho nos idos anos 30. Nessas oito décadas de jornalismo esportivo profissional, o atleta foi recebendo cada vez mais destaque na imprensa e se tornou definitivamente o centro das atenções, não só pelo que desempenha nas quadras, campos e pistas, mas também por suas características pessoais e toda a trajetória de vida que existe por de trás delas.

O mais interessante é que das cinco características apontadas como essenciais por Esteve Calzada na midiaticização de um atleta, apenas uma possui relação direta com a prática esportiva. Apesar de ser bastante subjetiva, somente a genialidade pode ser interpretada dessa maneira. Já beleza, rebeldia, solidariedade e simplicidade dialogam bem mais com o que o atleta apresenta fora do universo competitivo do esporte do que seus feitos e resultados dentro dele.

A seguir, por meio de exemplos conhecidos do esporte mundial, este capítulo se dedicará a atestar a relevância de cada um desses quatro elementos extra-esportivos capazes de revolucionar a imagem de um atleta, e, em muitos casos, transformá-los em verdadeiros mitos.

4.1. Beleza

A beleza não é necessariamente um pré-requisito de um ídolo esportivo. A falta dela não atrapalha a carreira de um atleta, porém inúmeros exemplos provam que o aspecto estético atualmente pode servir como um poderoso combustível na elevação da imagem de uma estrela do esporte. Em alguns casos, a beleza de um competidor ou competidora ultrapassa suas qualidades esportivas e se torna o principal objeto de exploração da mídia. Nesse contexto, a trajetória do inglês David Beckham é emblemática.

Considerado um dos futebolistas mais *popstar* de todos os tempos, o britânico teve um início de carreira promissor no Manchester United, onde já chamava a atenção não só por seu talento, mas também por seus atributos físicos. A partir de 2003, ano em que se transferiu para o Real Madrid, Beckham passou a ter seu nome mais vinculado a campanhas publicitárias e questões de caráter pessoal do que propriamente aos jogos de futebol.

No início do século, o jogador foi o grande instrumento de marketing de clubes e empresas na popularização do futebol no continente asiático. Posteriormente, ao se transferir para o Los Angeles Galaxy, em 2007, o inglês teve papel semelhante na promoção do esporte nos Estados Unidos.

Aos 38 anos e com desempenho técnico discreto há várias temporadas, o britânico estampou a capa da revista especializada *France Football*, em março de 2013, como o jogador de futebol mais bem remunerado do mundo, com vencimentos em torno de 36 milhões de euros por ano. O atleta, recém-contratado pelo *Paris Saint Germain*, da França, recebeu em 2012 mais do que Lionel Messi, eleito o melhor jogador do mundo pela *FIFA* nos últimos três anos.

David Beckham pode se orgulhar também de ter sido incluído pela *FIFA*, em 2004, na lista dos 125 maiores jogadores de futebol de todos os tempos. O que pode parecer mais uma grande incoerência, tendo em vista sua carreira marcada pela irregularidade de desempenho, é simplesmente mais uma prova de que sua beleza e atuação constante na mídia engrandeceram desproporcionalmente sua imagem como jogador de futebol.

Ao anunciar sua aposentadoria em maio de 2013, o jogador foi destaque no mundo inteiro. No Brasil, por exemplo, a decisão de Beckham foi noticiada no *Jornal Nacional*, fato raríssimo entre jogadores estrangeiros.

No programa “Esporte Espetacular”, exibido em 19 de maio de 2013, foi ao ar uma entrevista exclusiva do inglês para o repórter Thiago Asmar, em um hotel de Paris, poucos dias antes do jogador entrar em campo pela última vez na carreira. No ponto alto da entrevista, o jornalista questiona David Beckham a respeito do assunto mais recorrente em toda sua trajetória esportiva: “Você se considera um dos homens mais bonitos do mundo?”¹. A pergunta é seguida de fotos e cenas de comerciais, onde o britânico aparece em poses sensuais.

A imprensa esportiva tem um grande peso na mitificação dos atletas através da beleza. No Brasil, por exemplo, é extremamente comum observar eleições dos jogadores mais bonitos de um time ou de um evento esportivo, como a Copa do Mundo ou Jogos Olímpicos. A principal razão para esse tipo de abordagem existir é a necessidade de atender também às exigências do público feminino, já que o esporte é consumido tradicionalmente em maior escala pelos homens.

¹ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=VY-g813jcTY>. Acessado em: 22/05/2013.

Outro exemplo clássico no Brasil de reportagens do gênero trata da “perseguição” de fã-clubes a jogadores considerados bonitos. Em fevereiro de 2002, na ocasião de uma partida decisiva entre São Paulo e Santos, o *Esporte Espetacular* exibiu uma matéria intitulada “Kakazetes x Dieguetes”, na qual foi destacada a histeria provocada por Kaká (São Paulo) e Diego (Santos) nas torcidas femininas que acompanhavam os treinamentos e jogos das duas equipes.

Na abertura da matéria, um dos apresentadores chega a levantar uma questão que evidencia mais ainda a tentativa de mitificação de tais atletas: “Que mistérios escondem estes jogadores? São deuses ou simples mortais?”².

Mas não é só o público feminino que tem seu interesse por beleza atendido pela imprensa esportiva. Não é raro observar reportagens motivadas exclusivamente pelas qualidades estéticas de algumas atletas. Na atualidade, algumas tenistas do Circuito Mundial, como a russa Maria Sharapova e a serva Ana Ivanovic se tornaram verdadeiros símbolos sexuais do esporte.

Cabe ressaltar por último o caso da jogadora de vôlei Mari Paraíba. Muito assediada pelos programas esportivos por sua beleza, a atleta, que atuava pelo Unilever/Minas, acabou aceitando um convite para posar nua na revista "Playboy", em junho de 2012. Seu trabalho como modelo fotográfica fez tanto sucesso que a jogadora acabou deixando o esporte de lado e passou a se dedicar a nova atividade. Nesse caso, a exploração de sua beleza superou tanto a de seu talento esportivo que se tornou mais interessante para a jogadora mudar os rumos de sua profissão.

4.2 Simplicidade

A simplicidade é um fator extremamente explorado na imagem de um atleta, principalmente no que diz respeito a sua trajetória de vida. Famílias humildes, problemas financeiros, dificuldades no início da carreira, todos esses clichês (na maioria das vezes cabíveis) fazem parte do folclore que envolve os grandes ídolos do esporte. Essa abordagem é tão natural que já faz parte dos discursos míticos há séculos e povoou o imaginário coletivo de inúmeras sociedades arcaicas na relação com seus heróis.

Assim como os atletas de origem simples chegam ao estrelato e são valorizados pelos obstáculos superados, a imagem dos heróis mitológicos também é construída com base na

² Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=nCczxqWtkJQ>. Acessado em: 23/05/2013

premissa da superação. Apesar de naturalmente fortes e poderosos, os heróis nascem em famílias pobres, se identificam com as necessidades dos menos favorecidos e alcançam o prestígio dos deuses por seus atos de heroísmo. Em suma, um herói é engrandecido à medida que o povo consiga se identificar com ele, por isso sua origem popular é tão marcante e explorada. No esporte moderno, o processo de mitificação do atleta passa sobre a mesma ótica.

Ao valorizar o passado e as dificuldades vividas por um esportista, a imprensa redimensiona suas qualidades, transformando esse atleta em uma pessoa ainda mais especial e vencedora. “O fato é que a infância simples ajuda na identificação com o homem comum, e o talento inato enquadra-se na ordem das coisas inexplicáveis, fazendo com que os ídolos sejam vistos como seres singulares” (HELAL, 2003, p.21).

No artigo “A construção de narrativas de idolatria do futebol brasileiro”, Ronaldo Helal (2003) analisa, entre biografias e conteúdos jornalísticos, o trabalho da mídia em torno da imagem de Arthur Antunes Coimbra, o Zico, um dos maiores ídolos do futebol brasileiro e reconhecido por sua simplicidade e determinação.

A ascensão de Zico foi bastante gradual com muitos obstáculos no caminho, a começar pelo seu corpo franzino que quase o impediu de, aos treze anos de idade, fazer um teste no Flamengo. Por isso, logo após se firmar na escolinha, ele se submeteu a um árduo tratamento para reforçar a musculatura e que o levou a renunciar a vários prazeres próprios da adolescência. Este período de sua vida ganha uma dimensão singular em sua biografia. Mais do que dificuldades financeiras, comum nas histórias de vida dos astros do nosso futebol e que ajudam no processo de identificação com os fãs, esta passagem na vida de Zico fala de determinação, esforço e renúncia dando início a uma trajetória repleta de obstáculos rumo ao posto de estrela maior do futebol brasileiro. (HELAL, 2003, p.22)

Ao conduzir uma carreira cheia de obstáculos com foco total no trabalho e no esforço, Zico passou a ser tratado pela imprensa como uma figura ímpar, um exemplo de simplicidade a ser seguido pelos atletas mais jovens. Sua imagem é o oposto do ídolo rebelde, indisciplinado, que vence no esporte simplesmente por seu talento natural.

O próprio Zico procura valorizar tal discurso sempre que questionado a respeito. No prefácio de uma de suas biografias, “Zico: uma lição de vida”, de Bucar Nunes, o ídolo dá uma clara demonstração nesse sentido:

Sempre entendi, desde menino, que ninguém será capaz de exercer bem a sua profissão, sem se exercitar bastante e sempre, para o exercício dela. Afinal, não aprendemos que o maior merecimento dos vitoriosos é confiar, apaixonadamente, na eficácia do trabalho? Acho que isto deveria ser, sempre, o objetivo maior de cada

um de nós: lutar por aquilo que se gosta (...) Mas, sem dúvida, muita luta, muito trabalho, muito suor existem no caminho da determinação de cada um. (NUNES *apud* HELAL, 2003, p.22)

O fato de destacar o trabalho duro como principal impulsionador de sua carreira atesta a simplicidade de sua personalidade. Assim como Zico, outros ídolos do esporte possuem característica semelhante. É o caso, por exemplo, de Oscar Schmidt, o principal jogador brasileiro de basquete e o recordista mundial de pontos na modalidade em todos os tempos.

Apelidado pela imprensa como “Mão Santa”, o atleta sempre rejeitou a alcunha, dizendo que na verdade deveria ser chamado de “Mão Treinada”. Ao minimizar seu talento e valorizar o trabalho árduo, o jogador ganhou a simpatia dos meios de comunicação, que o engrandeceram durante toda a carreira por sua simplicidade.

Outro exemplo atual de atleta simples e trabalhador, que vem sendo muito explorado pela imprensa nacional, é o de Clarence Seedorf, futebolista do Botafogo, do Rio de Janeiro. O jogador de 37 anos surpreendeu o mundo do esporte ao acertar sua transferência para o futebol brasileiro após anos de muito sucesso, títulos e salários milionários em alguns dos principais e mais ricos clubes europeus, como Ajax, Real Madrid, Milan e Inter de Milão.

Em menos de um ano atuando em território sul-americano, o ídolo alvinegro protagonizou uma série de eventos que demonstraram sua simplicidade. A imprensa local tratou de destacar tal característica marcante da personalidade do jogador holandês de origem surinamesa.

Em janeiro de 2013, Seedorf foi fotografado pelo jornal “Extra” andando de ônibus, na orla da Zona Sul do Rio. O fato foi noticiado com tom de surpresa e a matéria destacou a simpatia do craque em atender aos pedidos de autógrafos e fotos dos fãs, enquanto esperava o transporte público³.

Já em março deste ano, o site “UolEsporte” produziu uma reportagem a respeito dos carros utilizados pelos principais jogadores em atividade no país. O destaque de simplicidade foi para Seedorf, dono de apenas um veículo avaliado em 39 mil reais. Segundo a matéria, o experiente meio-campista “foge dos padrões de carros extravagantes” e “não chama tanto a atenção por onde passa”⁴.

Dentre de campo as atitudes de Clarence também ganharam louvação. No fim de outubro de 2012, o camisa dez do Botafogo chorou pela primeira vez nos gramados do Brasil

³ Disponível em: <http://extra.globo.com/famosos/retratos-da-bola/seedorf-corre-para-pegar-onibus-apos-tirar-fotos-com-fas-na-praia-do-leblon-7362815.html> Acessado em: 23/05/2013

⁴ Disponível em: <http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2013/03/13/estima-e-outras-prioridades-fazem-boleiros-otar-por-carros-populares.htm> Acessado em: 23/05/2013

ao sair lesionado na partida contra o Atlético-GO, válida pelo segundo turno do Campeonato Brasileiro. Na ocasião, Seedorf declarou que a reação foi motivada pela perspectiva de não poder mais ajudar a equipe na competição.

Pelo Campeonato Carioca de 2013, o ídolo foi às lágrimas por mais duas oportunidades. A primeira se deu ao marcar três gols em uma mesma partida pela primeira vez na carreira, em um duelo contra o Macaé. A segunda foi ao término do jogo decisivo contra o Fluminense, que consagrou a equipe como campeã estadual da temporada.

Nas três ocasiões, a imprensa foi unânime em valorizar a simplicidade e o comprometimento de um ídolo do esporte internacional, mesmo disputando competições de menor expressão, em estádios acanhados como os do Campeonato Carioca. O site “Lancenet” chegou a se referir a Seedorf como “um exemplo de humildade”.⁵

Por fim, não se pode falar em simplicidade no esporte sem citar Manoel Francisco dos Santos, mais conhecido como Mané Garrincha.

Ídolo de um tempo em que os jogadores de futebol não recebiam nem perto das quantias atuais, o “Anjo das Pernas Tortas” foi o exemplo mais claro de um esportista de alto nível que manteve seus costumes e simplicidade de vida mesmo após a fama e as inúmeras conquistas, entre elas duas Copas do Mundo.

O caso de Garrincha é tão extremo que nem o próprio jogador soube se beneficiar financeiramente da utilização e engrandecimento de sua imagem. Sua ingenuidade e falta de informação acarretaram em um final de vida melancólico, quando o alcoolismo o levou ao falecimento por cirrose hepática, com apenas 49 anos.

De qualquer forma, até os dias de hoje, a imagem de Garrincha remete a um atleta incontestável de origem e atitudes simples e ingênuas. Sua postura dentro e fora de campo é vista por muitos como a expressão mais fiel do futebol brasileiro. Na obra de Ruy Castro “Estrela Solitária: um brasileiro chamado Garrincha”, passagens como esta evidenciam a humildade e desprendimento deste ídolo:

Ninguém sabia ainda que Garrincha era o profissional mais amador que o futebol poderia produzir. E que, para ele, a alegria do futebol não estava em fazer gols. Nem vencer a partida. Nem mesmo ganhar o bicho, que era o prêmio em dinheiro pela vitória. Gols, vitórias, bichos, tudo isso eram coisas mesquinhas da civilização. (CASTRO, 1995, p. 64).

4.3. Rebeldia

⁵ Disponível em: http://www.lancenet.com.br/botafogo/Bastidores-Seedorf-exemplo-humildade-vestiario_0_860313965.html Acessado em: 23/05/2013

Geralmente no oposto do perfil do atleta simples e determinado está o rebelde. A tendência por atos de indisciplina é característica marcante do esportista que se coloca acima da instituição que defende ou que não possui uma consciência coletiva bem desenvolvida. A seguinte declaração do jogador italiano Mário Balotelli, um dos personagens mais indisciplinados do futebol mundial nos dias atuais, é um retrato fiel desse tipo comum no universo esportivo: “ Não me sinto um rebelde. Penso que sou um gênio. Meu talento é divino e penso que existem poucos jogadores que possam se comparar a mim.”

A visão de Balotelli sobre si mesmo é um indício de que a rebeldia no esporte vem acompanhada de uma personalidade forte e de uma prepotência agravada pelo talento indiscutível de certos atletas.

Mesmo que a imprensa de uma maneira mais ampla pregue comumente o respeito às regras e condene a indisciplina esportiva, as polêmicas envolvendo a carreira e a vida pessoal de um atleta possuem claramente um forte apelo comercial. Dessa forma, tais personagens também acabam sendo valorizados, o que se configura em uma grande contradição motivada pelas oportunidades de exploração midiática.

Um bom exemplo é o próprio jogador italiano, que atualmente defende o Milan. Com apenas 22 anos de idade e uma curta carreira, o jogador já foi dispensado por indisciplina de dois grandes clubes europeus (Inter de Milão e Manchester City) e possui uma extensa lista de polêmicas dentre e fora de campo.

Em 2010, quando ainda atuava pela Internazionale de Milão, o jogador vestiu a camisa do Milan em um programa de televisão e declarou ser torcedor do rival, provocando a ira de torcedores, dirigentes e até de seu técnico, na época o português José Mourinho, que pediu sua saída da equipe.

Pelo Manchester City, da Inglaterra, a rebeldia de Mário Balotelli se aflorou ainda mais. Em março de 2011, o jogador foi punido em 100 mil libras por atirar dardos em companheiros da equipe juvenil do seu clube. Poucos dias depois, o jogador foi expulso ao acertar um chute no peito do adversário Goran Popov, em duelo contra o Dínamo de Kiev. A expulsão do atacante foi determinante para a desclassificação de seu time da Liga Europa.

Em abril do mesmo ano, o craque, acompanhado de alguns amigos foi acusado de arranjar uma confusão em uma casa noturna, após o desrespeito de uma das regras: "Não tocar nas dançarinas". O jogador foi expulso da festa, mas não contente, enfrentou os seguranças, sendo que um deles, o ameaçou com uma barra de ferro.

Entre outras polêmicas, Balotelli esteve envolvido também em mais um caso de

polícia. Em outubro de 2011, o jogador incendiou a própria casa ao tentar soltar fogos de artifício dentro de seu banheiro.

Finalmente, o destaque positivo da carreira do jovem atacante aconteceu em 2012. O jogador liderou a Itália na campanha da Eurocopa, quando sua seleção perdeu somente na final para a Espanha, terminando com o vice-campeonato. Balotelli marcou três gols no torneio, sendo dois deles decisivos na semifinal contra a Alemanha, vencida pelo placar de 2 a 1.

O desempenho chamou a atenção da imprensa esportiva brasileira e o site “Globoesporte.com” produziu a matéria intitulada “Mario Balotelli: polêmicas, causos e feitos do personagem da Itália na Euro”⁶. A reportagem, além de descrever os atos controversos do jogador, procurou de certa forma advogar em favor do italiano, utilizando sua infância para “explicar” os exageros cometidos.

A matéria destaca o fato de Balotelli ter sido abandonado pelos pais biológicos aos três anos de idade e ter sido entregue a uma família adotiva. As rejeições no futebol e alguns casos de racismo também servem para minimizar o efeito negativo de seu temperamento explosivo.

A intenção da reportagem fica ainda mais clara na frase “o camisa 9 da Itália se tornou uma ilha de personalidade em um meio cada vez mais controlado por empresários e assessores de comunicação”. No caso de grandes ídolos, se a indisciplina não pode ser louvada, ela é moldada de forma que a rebeldia passa a ser enxergada como um traço de coragem, de diferenciação em relação aos demais jogadores.

No futebol brasileiro, o caso mais elucidativo é o de Romário, outro craque que teve uma carreira marcada por polêmicas e rebeldias, que acabaram influenciando positivamente na construção de sua imagem como ídolo genuíno do povo brasileiro.

Sobre Romário, Ronaldo Helal destaca uma matéria emblemática, de manchete: “Um príncipe do futebol moleque” (O Globo, 13/09/1993), que traz um mosaico de características do jogador. Entre elas estão: irresponsável, egoísta, debochado, talentoso, craque e artilheiro.

As primeiras características apontadas no texto nos remetem a uma personalidade negativa, de certa forma repudiada pela sociedade. No entanto, logo a seguir surgem as características positivas de “brasilidade”: artilheiro, craque, “faz gol como quem brinca”, reforçando assim o lado “lúdico”, “alegre”, “criança” e “ingênuo” de Romário. (HELAL, 2003, p. 28)

⁶ Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/eurocopa/noticia/2012/06/mario-balotelli-polemicas-causos-e-feitos-do-personagem-da-italia-na-euro.html> Acessado em: 27/05/2013

Correta ou não, a verdade é que a imprensa esportiva construiu a imagem de Romário minimizando seus erros e naturalizando seus defeitos. A rebeldia, a irresponsabilidade e o deboche podem até ser anti-produtivos no esporte, mas divertem o público e colaboram no processo de identificação do ídolo com as massas. A crônica, portanto, entrega ao torcedor o que ele deseja.

Mas existe também outro tipo de rebelde no esporte, que não se destaca pelas indisciplinas e polêmicas, mas sim pela atuação política e contestadora. Esse perfil se utiliza do esporte e sua popularidade como bandeira social e mobilização de massa, o que rende a atenção e, em muitas vezes, a admiração da imprensa, que acaba construindo em torno do atleta uma idolatria ainda maior.

O documentário francês "*Les Rebelles du Foot*" (2012) ou "Os Rebeldes do Futebol", realizado por Gilles Perez e Gilles Rof, traz a trajetória de cinco grandes futebolistas que se destacaram por militar durante suas carreiras em assuntos políticos e sociais referentes a seus países de origem, são eles: Didier Drogba, Pedrag Pasic, Carlos Caszely, Rachid Mekhloufi e o brasileiro Sócrates.

O marfinense Drogba, único dos personagens do documentário que ainda está em atividade no esporte, foi um símbolo de paz durante a guerra civil que assolou seu país na última década. Em 2007, o atleta utilizou sua influência junto ao governo e à população para promover um período de cessar fogo, quando uniu os dois lados inimigos em torno de uma partida de futebol.

Já o chileno Caszely, nos anos 70, demonstrou seu engajamento político ao se opor abertamente à ditadura de Pinochet. O jogador, em um ato de extrema coragem à época, se recusou a apertar a mão do general numa solenidade em que os atletas da seleção nacional foram recebidos no Palácio de la Moneda. A atitude levou sua família a ser perseguida pelo regime, a ponto de sua mãe ter sido torturada. Caszely revelou a barbárie numa entrevista para a TV e, para não morrer, optou pelo exílio na Espanha, onde jogou durante cinco anos antes de voltar a seu país.

A história do bósnio Pasic, na década de 90, é igualmente marcada pela rebeldia em forma de coragem e bravura. De origem mulçumana, o jogador enfrentou frontalmente o governo de Radovan Karadzic, conhecido como o "Carniceiro dos Balcãs", que tinha como objetivo fazer uma limpeza étnica na Bósnia, exterminando a população muçulmana. Mesmo tendo contatos e prestígio para fugir do país, Pedrag Pasic se manteve firme e utilizou o futebol para se expressar e dar exemplos de tolerância em tempos de guerra.

Já o argelino Rachid Mekhloufi foi peça importante no processo de independência da Argélia, colônia francesa à época. Como um dos craques do futebol francês nos anos 50, o atleta era nome certo na equipe que iria à Copa de 58, na Suécia. No entanto, em defesa de sua pátria e do discurso de independência, o atleta desertou da França. Ao lado de outros companheiros de causa, formou um time de futebol que se tornou uma espécie de braço esportivo da Frente de Libertação Nacional da Argélia, transformando-se em ídolo nacional após a independência ser conquistada.

Por fim, o caso de Sócrates é o mais familiar para os brasileiros. Utilizando sua força como ídolo máximo de um time de massa como o Corinthians e como capitão da seleção brasileira de futebol, o jogador foi um grande militante na luta pelas eleições diretas para a presidência da República, nos anos 80. Junto com alguns companheiros de clube, liderou o movimento "Democracia Corinthiana", que pregava princípios democráticos no âmbito esportivo como espelho de uma sociedade ideal.

Posições políticas à parte, a rebeldia desses jogadores os aproximou de forma ainda mais real de seu "público", já que os cinco defendiam anseios de uma grande parcela da população de seus países. Essa identificação potencializou o processo de mitificação da imagem desses esportistas. O exemplo de Sócrates é perfeito. Mesmo depois de falecido, a imprensa brasileira segue lembrando e elevando seu nome pelo futebol apresentado e em igual medida por sua postura engajada e contestadora em um momento crítico da história nacional.

4.4. Solidariedade

Atletas de alto rendimento são geralmente profissionais muito bem pagos. A indústria do esporte movimenta quantias astronômicas e suas estrelas obviamente se beneficiam de grande parte dos lucros. A renda de um grande esportista não se resume apenas ao salário fixado pelas agremiações que defende, mas também pelos contratos publicitários, direitos de imagem, premiações por desempenho e outros tantos trabalhos que podem ser desenvolvidos paralelamente à prática esportiva.

Para o público geral ter uma idéia do montante que faturam os principais atletas do mundo, a revista americana *Forbes*, especializada em negócios e economia, divulga todos os anos a lista dos esportistas mais bem remunerados do planeta. Na parcial mais recente, referente ao ano de 2012, o lutador de boxe norte-americano Floyd Mayweather aparece em

primeiro lugar, com o total de 85 milhões de dólares arrecadados com apenas dois combates no período analisado⁷.

Na sequência vem outro boxeador, o filipino Manny Pacquiao, com US\$ 62 milhões. O terceiro posto ficou com o golfista Tiger Woods (59,4 milhões), enquanto o astro do basquete americano LeBron James (53) e o tenista suíço Roger Federer (52,7) completam a lista dos cinco primeiros.

A exorbitância dos números, que distancia os grandes ídolos da realidade de seus fãs, acaba por forçar uma postura filantrópica por parte desses atletas. Atualmente, é raríssimo encontrar esportistas de renome que não façam parte de alguma fundação do gênero ou que não desempenhem alguma contribuição social, mesmo que através de simples doações em dinheiro.

Entre as vinte celebridades que mais doaram em 2012 estão dois atletas⁸. Um deles é o jogador de basquete LeBron James, que nos últimos meses prometeu contribuir com US\$ 1 milhão na construção de um moderno ginásio em seu antigo colégio de infância. O outro atleta a figurar na lista foi o campeão do futebol americano Drew Brees, que doou uma quantia semelhante para as vítimas do furacão Sandy, enquanto sua associação "Brees Dream Foundation" se comprometeu a disponibilizar US\$ 2 milhões para várias instituições de caridade de Nova Orleans.

Atos de caridade como os descritos acima são cada vez mais comuns entre ídolos do esporte, assim como a publicação dessas ações filantrópicas pela imprensa esportiva. A transformação do atleta em um agente de distribuição de renda ajuda a minimizar a sensação de que esportistas ganham mais do que deveriam, já que desempenham uma profissão meramente voltada para o entretenimento.

Nos últimos anos se tornou corriqueiro observar jogadores de futebol emprestando suas imagens para campanhas de órgãos ligados a ONU (Organização das Nações Unidas). A UNICEF (Fundo das Nações Unidas para a Infância) é a parceria mais comum adotada pelos atletas. Além de David Beckham, embaixador oficial da entidade, Ronaldo, Kaká, Zidane, Roberto Baggio, Didier Drogba, Ronaldinho Gaúcho, Michael Ballack e Luís Figo aparecem como entusiastas de programas específicos do órgão. Sempre que tais nomes surgem ligados a questões filantrópicas, a imprensa faz questão de destacar a alcunha de “embaixador da UNICEF”, mesmo que só Beckham seja reconhecido pela entidade como tal.

⁷ Disponível em: <http://www.megacurioso.com.br/esportes/35902-quem-sao-os-atletas-mais-bem-pagos-do-mundo-.htm> Acessado em 25/05/2013

⁸ Disponível em: <http://caras.uol.com.br/canal/internacionais/post/taylor-swift-celebridade-mais-caridosa-de-2012-miley-cyrus#image1> Acessado em: 25/05/2013

Essa associação contribui muito positivamente para a imagem dos grandes nomes do esporte. Durante e, principalmente, após a carreira, muitos ídolos seguem o caminho dos projetos sociais, a fim de ocupar o espaço que o esporte deixou em seu dia-a-dia, utilizar seu prestígio em uma causa realmente importante e, é claro, seguir valorizando sua marca pessoal e se perpetuando em campanhas publicitárias.

Após se consagrar como o maior medalhista da história dos Jogos Olímpicos, na edição de Londres 2012, e encerrar a carreira no topo do esporte mundial, o nadador norte-americano Michael Phelps resolveu passar seus primeiros meses como aposentado visitando programas sociais ao redor do mundo. No Brasil, por exemplo, já foram duas aparições. Na primeira delas, em outubro de 2012, Phelps conheceu a Vila Olímpica Carlos Castilho, no Complexo do Alemão. Já em março de 2013, o atleta marcou presença no Complexo Esportivo da Rocinha, também no Rio de Janeiro.

Nos Estados Unidos, o nadador já comanda a “Michael Phelps Foudation” desde 2008. A Fundação, que tem como meta “ajudar crianças a realizar seus sonhos”⁹, foi criada com um prêmio de US\$ 1 milhão dado por uma marca de material esportivo, após as oito medalhas de ouro conquistadas pelo americano nas Olimpíadas de Pequim. O apoio de patrocinadores e multinacionais nesse tipo de projeto é muito comum, já que também se beneficiam da valorização da imagem do atleta.

Entre os atuais e ex-esportistas brasileiros, destacam-se no ramo os tetracampeões mundiais de futebol pela seleção brasileira Raí e Leonardo. Em dezembro de 1998, a dupla criou a já consolidada e relevante “Fundação Gol de Letra”, com o objetivo principal de estimular a educação por meio do esporte. Com mais uma década de atuação, a iniciativa sem fins lucrativos é reconhecida pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) como modelo mundial no apoio às crianças em situação de vulnerabilidade social.

Eleito como o maior atleta do século XX, Edson Arantes do Nascimento também não poderia ficar de fora do ramo dos projetos sociais. Um dos maiores exemplos de sucesso de imagem dentro e fora de campo, Pelé já contabiliza inúmeras realizações filantrópicas espalhadas pelo mundo.

A principal delas, talvez, seja a “Escola do Rei Pelé”, inaugurada em 2006, na cidade de Santos, onde o jogador passou a maior parte de sua carreira. A instituição, que recebe crianças de 5 a 14 anos, tem o objetivo de passar a menores carentes ensinamentos referentes

⁹ Disponível em: <http://www.michaelphelpsfoundation.org/> Acessado em 27/05/2013

ao esporte e à educação escolar. Nas palavras do próprio Pelé: "A escola serve de exemplo como modelo de educação, e não só uma atividade comercial. Quanto mais culto for o garoto em sua educação, melhor profissional ele será."¹⁰

Entre grandiosas doações financeiras e projetos sociais (bem sucedidos ou não), a verdade é que a solidariedade se transformou em um tipo de compromisso dentro trajetória de vida de grandes ídolos. Os esportistas, como símbolos modernos de mobilidade social, possuem um dever consensual de trabalhar em prol das classes menos favorecidas. Dessa forma, ser solidário ou pelo menos parecer solidário tornou-se de suma importância no processo de mitificação de um atleta.

¹⁰ Disponível em: <http://www.escoladorei.com.br/index.html> Acessado em 28/05/2013

5. CONCLUSÃO

A pesquisa desenvolvida sugere que a sociedade contemporânea passa por um momento de intensa atuação dos meios de comunicação no processo de criação e perpetuação mitológica. Já que este trabalho se propôs a analisar esse contexto com base na figura cada vez mais relevante dos atletas, observa-se que o esporte assumiu um papel de destaque perante as mais diversas classes sociais e comunidades espalhadas pelo mundo.

O esporte deixou de ser apenas uma atividade lúdica, com objetivo de fuga da realidade mundana. Atualmente, se transformou em um organismo complexo, voltado para atender a enorme demanda de entretenimento do homem moderno, cada vez mais atarefado e conectado. O esporte gera receitas grandiosas e suporta uma máquina que compreende não só atletas, competições e clubes, mas também todo o conglomerado midiático que se sustenta, entre outros caminhos, através da paixão que os competidores provocam junto ao público geral.

Os atletas são hoje em dia o espelho mais fiel dos grandes heróis mitológicos. Portanto, a identificação dessa figura heróica e exemplar com o homem comum, além da valorização de suas virtudes e utilização estratégica de seus defeitos é de suma importância na manutenção deste negócio bilionário chamado esporte.

Nesta abordagem, é emblemática a atuação do jornalista Mário Filho. Em âmbito nacional, foram dele os primeiros passos que levaram a atividade de imprensa esportiva no Brasil a se profissionalizar, se manter lucrativa e criar o modelo de exaltação ao atleta, que vinga até contexto histórico atual.

Neste projeto monográfico, foram colocados em evidência quatro atributos extra-esportivos que possuem um peso enorme na condução da imagem de um atleta pelos meios de comunicação. Vale ressaltar, no entanto, que beleza, simplicidade, rebeldia e solidariedade são apenas alguns dos muitos aspectos da vida pessoal de um esportista que o transformam ou não em um mito moderno.

De qualquer forma, a última entrevista de David Beckham para o *Esporte Espetacular*, já citada neste trabalho, representa bem o valor desses quatro quesitos na construção da imagem de um ídolo.

Nela, por meio de poucas perguntas, o entrevistador cita a beleza do jogador, relembra a simplicidade de sua infância e adolescência, destaca a rebeldia de seus famosos cortes de cabelo e projeta seu futuro com base nos projetos sociais que Beckham já comanda e pretende comandar nos próximos anos.

É nítida a relação de benefício mútuo entre imprensa esportiva e seus principais ídolos. Resta agora acompanhar os caminhos que seguirão os meios de comunicação e o esporte em uma sociedade que vive rápidas e contínuas modificações.

É importante ressaltar que o objeto desta pesquisa possui inúmeras outras ramificações e, dessa forma, existe uma larga possibilidade de linhas de complementação a partir do trabalho apresentado.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RUBIO, K. O Atleta e o Mito do Herói: O Imaginário esportivo contemporâneo. São Paulo, Casa do Psicólogo, 2001.

CAMPBELL, J. O Herói de Mil Faces. São Paulo, Cultrix/Pensamento, 1995.

BAHIA, Juarez. Jornal, história e técnica – História da imprensa brasileira. São Paulo: Ática, 1990.

COELHO, P. V. Jornalismo esportivo. São Paulo: Contexto, 2008 (Coleção Comunicação).

COSTA, L. M. O narrador Mário Filho. Jornalismo, História e Literatura. In: XIV Encontro Regional da ANPUH-RIO Memória e Patrimônio, 2010.

CAPRARO, A. M. Mário Filho e a “Invenção” do Jornalismo Esportivo Profissional. Porto Alegre: Movimento, 2011.

DE CARVALHO JUNIOR, M. E. Por que somos o país do futebol?. Monografia de História, Universidade de Brasília, 2011.

HELAL, R. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. Rio de Janeiro: Alceu, 2003.

BARTHES, R. Mitologias. Rio de Janeiro: Difel, 2009.

ELIADE, M. Aspectos do mito. Lisboa: Edições 70, 1989.

SIRONNEAU, J.P. Retorno do mito e imaginário sócio-político e organizacional. Revista da Faculdade de Educação (USP), 1985

JUNG, C.G. A natureza da psique. Petrópolis: Vozes, 1991

HELAL, R. Mídia, construção da derrota e o mito do herói. Rio de Janeiro: Morus Corporis, 1998.

BRACHT, V. Sociologia crítica do esporte: uma introdução. Vitória: UFES, 1997.

MORIN, E. Cultura de massas no século XX. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

Websites:

Youtube: <http://www.youtube.com/?gl=BR&hl=pt>

Extra: <http://extra.globo.com/>

Globoesporte.com: <http://globoesporte.globo.com/>

UolEsporte: <http://esporte.uol.com.br/>

Lancenet: <http://www.lancenet.com.br/>

MegaCurioso: <http://www.megacurioso.com.br/>

Caras: <http://caras.uol.com.br/>

Michael Phelps Foudation: <http://www.michaelphelpsfoundation.org/>

Escola do Rei: <http://www.escoladorei.com.br/index.html>

