



MICHAEL PHELPS E USAIN BOLT: Onze Medalhas de Ouro e Duas Faces da Construção do Herói Olímpico na Mídia Impressa Brasileira¹

Ary José ROCCO JUNIOR²

Resumo

O discurso da imprensa esportiva, em tempos de pós-modernidade, está cada vez mais relacionado com o consumo do evento esporte. A construção do herói olímpico, por diversas oportunidades, serve a esse propósito. O objetivo desse trabalho é discutir, com base no acompanhamento da mídia esportiva impressa, os diversos caminhos da construção do herói olímpico. Para isso, analisamos a cobertura realizada por dois dos principais veículos impressos do país das conquistas dos atletas Michael Phelps e Usain Bolt nos Jogos Olímpicos de Pequim, realizados em agosto de 2008. É nossa intenção demonstrar como a construção do herói olímpico, pela mídia impressa, pode apresentar roteiros diversos. Apesar dessa diversidade, o objetivo da construção desse discurso é único: reafirmar a cultura do consumo do esporte e aumentar sua importância econômica.

Palavras-chave

Falação esportiva, Jogos Olímpicos, herói olímpico, mídia esportiva e discurso esportivo .

INTRODUÇÃO

¹ Trabalho apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, no GP Comunicação e Esporte.

² Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), Coordenador do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário Álvares Penteado (FECAP/SP) e Coordenador Adjunto dos Cursos de Comunicação Social da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM/SP), Colunista de Futebol Argentino do Programa “No Mundo da Bola” da Rádio Jovem Pan (620 MHz) e ex-Árbitro de Futebol.



A cultura do esporte mundial, com o apoio dos meios de comunicação de massa, caminha no sentido da valorização da vitória, do recordista, do mais veloz, do ser humano sem limite de tempo e de espaço. A construção simbólica que a imprensa esportiva faz dos feitos dos atletas profissionais, especialmente em época de Jogos Olímpicos, procura, por vezes, transformar tais atletas em heróis, conquistadores de feitos incomuns, representante de tudo aquilo que a sociedade deseja alcançar.

O objetivo deste trabalho é discutir os diversos caminhos através dos quais os meios de comunicação de massa constroem esse imaginário esportivo ou, mais especificamente, edificam os heróis do moderno esporte mundial.

Durante o período de 01 a 25 de agosto de 2008, acompanhamos os cadernos especiais dos Jogos Olímpicos de Pequim³ publicados pelos jornais Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo. O objetivo dessa análise foi identificar como os dois veículos de comunicação impressos retrataram as espetaculares conquistas do velocista jamaicano Usain Bolt e do nadador norte-americano Michael Phelps.

Usain Bolt, nascido em 21 de Agosto de 1986, na paróquia de Trelawny, na Jamaica, conquistou, nos Jogos Olímpicos de Pequim, as medalhas de ouro e quebrou os recordes mundiais nas provas de atletismo dos 100 metros (considerada a mais nobre da modalidade), a dos 200 metros e a do revezamento 4x100 metros (com a ajuda dos velocistas Asafa Powell, Michael Frater e Nesta Cartero). Todas essas conquistas deram ao jamaicano o título de "homem mais rápido do mundo" e o apelido de *Lightning Bolt*⁴.

Já o nadador norte-americano Michael Fred Phelps II, conhecido mundialmente por Michael Phelps, nasceu em Baltimore, no dia 30 de Junho de 1985. Nos Jogos Olímpicos de Pequim, o atleta conquistou o maior número de medalhas de ouro (oito)⁵ olímpicas em uma única edição da competição. Com esse resultado, Phelps superou as sete medalhas de ouro de seu compatriota Mark Spitz conquistadas nos Jogos Olímpicos de Munique, em 1972.

Através da análise do material recolhido, procuramos analisar como os dois veículos de comunicação trabalharam a construção do imaginário esportivo e a edificação dos dois heróis máximos de Pequim: Usain Bolt e Michael Phelps.

³ Os Jogos Olímpicos de Pequim foram disputados entre os dias 6 e 24 de agosto de 2008.

⁴ Bolt, o raio.

⁵ O atleta conquistou, nas Olimpíadas de Pequim, sua oito medalhas nas provas do 100m e 200m borboleta, 200m e 400m estilos, 4x100 estilos e 4x200 livres, 200m livres e 4x100m livres



Para isso, dialogamos com os conceitos de “falação esportiva” de Umberto Eco; as idéias de Pierre Bourdieu sobre o fenômeno olímpico e sua relação com os meios de comunicação de massa; e a obra da pesquisadora Kátia Rubio, *O Atleta e o Mito do Herói - o imaginário esportivo contemporâneo*; que apontou vários caminhos para a construção do herói olímpico.

1. A “FALAÇÃO ESPORTIVA”

O primeiro conceito que utilizamos para analisar o material levantado é o de “falação esportiva”, desenvolvido pelo escritor e semiólogo italiano Umberto Eco. Eco, em síntese, utiliza esse conceito para representar a negação do discurso esportivo. A expressão, criada em 1969 pelo autor, foi apresentada para questionar o futebol e os meios de comunicação.

Em nosso entender pode ser devidamente utilizada para analisar os meios de comunicação e sua relação com a disputa do fenômeno olímpico. Durante a cobertura dos Jogos Olímpicos, de quatro em quatro anos, a mídia internacional volta suas atenções para o segundo maior evento esportivo do planeta⁶, em extensas coberturas sobre os mais variados esportes quase nunca praticados de forma amadora.

Para Umberto Eco, o esporte é a aberração máxima do discurso fático⁷ e, portanto, no limite, a negação de todo o discurso. O semiólogo italiano, entretanto, absolve a atividade esportiva, apesar de esta ser dominada pela idéia de “desperdício” (em princípio, todo gesto esportivo é “desperdício de energia”). Mas esse desperdício é profundamente saudável, pois é próprio do jogo.

Nesse sentido, a prática esportiva, a partir do momento em que se transforma em competição – ou seja, a partir do momento em que se estabelece enquanto normas e se comercializa –, perde o caráter lúdico previsto em sua essência inaugural. Umberto Eco transfere e transpõe essa análise para o discurso da imprensa esportiva tal qual a conhecemos atualmente, e estabelece as categorias do esporte “elevado ao quadrado”, “elevado ao cubo” e “elevado à enésima potência”.

A primeira categoria, a do esporte elevado ao quadrado, dá-se quando o jogo, que era praticado em primeira pessoa, passa a ser uma espécie de discurso sobre o

⁶ O maior evento esportivo do planeta é a Copa do Mundo de Futebol, realizada, também, de quatro em quatro anos.

⁷ O autor italiano se aproveita do modelo das funções da linguagem proposto pelo linguista Roman Jakobson.



jogo, isto é, o jogo passa a ser um espetáculo para os outros. O jogo deixa de ser apenas uma atividade praticada por determinadas pessoas, mas passa a ser visto por meio de sua alteridade – surge a figura do outro, do espectador. O esporte ao quadrado representa, assim, o espetáculo esportivo sobre o qual se exercem especulações e comércios, bolsas e transações, vendas e consumos. Já o esporte elevado ao cubo ocorre a partir do momento em que impera o discurso sobre o esporte assistido. Temos aqui, *strictu sensu*, o discurso da imprensa esportiva em primeira instância.

Por último, o esporte elevado à enésima potência representa o discurso sobre a imprensa esportiva, ou seja, o componente auto-referencial que a imprensa esportiva demonstra ao autofocar as discussões sobre as práticas esportivas. Aqui, a discussão e o relato não são mais sobre o esporte, mas sim sobre a falação a respeito do esporte. Desse modo, para Eco, o esporte atual é essencialmente um discurso sobre a imprensa esportiva. Se algum evento esportivo não ocorresse, mas fosse contado por meio de imagens fictícias, nada mudaria no sistema esportivo internacional.

Portanto, o esporte, como prática não mais existe, ou existe por motivos econômicos (visto que é mais fácil um atleta correr do que inventar um filme com atores que fingem correr): e existe apenas a falação sobre a falação do esporte: a falação sobre a falação da imprensa esportiva representa um jogo com todas as suas regras.

Surgida como elevação à enésima potência daquele desperdício inicial (e calculado) que era o jogo esportivo, a falação esportiva é a magnificação do desperdício e por isso o ponto máximo de consumo. Sobre ela e nela o homem da civilização de consumo consome diretamente a si próprio.

Assim, a discussão sobre o espetáculo esportivo e sobre a falação a respeito do mesmo espetáculo (incluindo-se aí os jornalistas que falam sobre ele) é o substituto mais fácil da discussão das coisas sérias da vida. Hoje, ao lermos uma crônica ou um comentário nos jornais dia seguinte aos jogos, temos a nítida impressão de que a análise está sendo feita por um teórico, um estudioso profundo do assunto, quando são simplesmente jornalistas que as fazem sem que, para isso, tenham tido a necessidade de freqüentar cursos específicos.

2. PIERRE BOURDIEU E OS “JOGOS OLÍMPICOS”



Pierre Bourdieu, em suas análises sobre o campo do esporte, parte da suposição que existe um conjunto de práticas e de consumos esportivos dirigido aos agentes sociais, o qual procura encontrar certa demanda social. Essa suposição, leva o sociólogo francês a apresentar duas questões.

Primeiro, existe um espaço de produção dotado de uma lógica própria, no interior da qual se engendram os "produtos esportivos", isto é, o universo das práticas e dos consumos esportivos disponíveis e socialmente aceitáveis em um determinado momento. Depois, quais são as condições sociais de possibilidade de apropriação dos diferentes "produtos esportivos" assim produzidos, prática do golfe ou do esqui, leitura de jornais esportivos, reportagem televisionada da copa do mundo de futebol.

O autor procura identificar como se produz a demanda por "produtos esportivos" e como as pessoas passam a ter o "gosto" pelo esporte e justamente por um esporte mais que outro, enquanto prática ou espetáculo. Mais precisamente, aponta os princípios que os agentes escolhem entre as diferentes práticas ou consumos esportivos que lhes são oferecidos como possibilidade em um dado momento.

Ao interpretar as condições históricas e sociais deste fenômeno social que aceitamos muito facilmente como algo óbvio, o "esporte moderno", Bourdieu afirma que o esporte, com o espírito amador, tornou-se um instrumento vital para as elites. Por um lado, suas características possibilitavam a formação das virtudes necessárias aos futuros líderes e, por outro, os limites impostos pelas regras, tomado na forma do jogo limpo (*fair play*), privilegiava a disposição cavalheiresca (refutação à busca da vitória a qualquer custo).

Essa ética aristocrática, construída no permeio da aristocracia e mantida em seu interior, teve seu esplendor em 1896, com a realização da primeira Olimpíada dos tempos modernos. Bourdieu lembra que o primeiro Comitê Olímpico era composto basicamente por duques, condes e lordes, todos de nobreza antiga; situações idênticas eram correntes nas organizações internacionais e nacionais que regiam o esporte.

Enquanto campo (das práticas esportivas), o espaço passou a abarcar as lutas provenientes da disputa do monopólio de imposição da definição e da função legítima da atividade esportiva: amadorismo x profissionalismo, esportes distintivos x esportes populares, etc.

[...] o esporte que nasceu dos jogos realmente populares, isto é, produzidos pelo povo, retorna ao povo, como folk music, sob a forma de espetáculos produzidos para o povo. O esporte espetáculo apareceria mais claramente como uma mercadoria de massa e a organização de espetáculos esportivos como um ramo entre outros do show business, se o valor coletivamente reconhecido à prática de esportes (principalmente depois que as competições esportivas se tornaram uma das medidas da força relativa das nações, ou seja, uma disputa política) não contribuísse para mascarar o divórcio entre a prática e o consumo e, ao mesmo tempo, as funções do simples consumo passivo (BOURDIEU, 1983: p. 144).

Ou seja, os espetáculos esportivos, antes restritos a praticantes e aos espectadores presenciais, alcançaram as massas quando esses eventos, através da *mass media*, foram conformados como um produto midiático. Esse cenário presente representa a passagem de um esporte praticado em círculos sociais restritos, otimizado pela máxima do amadorismo, para um esporte espetacularizado, com produção profissional e destinado ao consumo de massa.

Para o sociólogo francês, o universo do jornalismo, hoje, é um campo que está sob a pressão do campo econômico a partir de uma realidade a qual a mídia, em especial a TV, cada vez mais se submete: o índice de audiência. É através dos índices de audiência que a lógica comercial se impõe às produções culturais.

Em íntima conexão com os índices de audiência estão os critérios de seleção daquilo que será mostrado na TV. Com isso, a TV convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena as imagens e exagera a importância do fato, seu caráter dramático e trágico. Os acontecimentos são selecionados a partir do princípio do sensacional, do espetacular, da busca do "furo jornalístico", que inunda a tela de enchentes, incêndios, acidentes, assassinatos.

Ao submeter-se à pressão comercial a TV pode

"ocultar mostrando, mostrando uma coisa diferente do que seria preciso mostrar caso fizesse o que supostamente faz, isto é, informar; ou ainda mostrando o que é preciso mostrar, mas de tal maneira que não é mostrado ou se torna insignificante, ou construindo-o de tal maneira que adquire um sentido que não corresponde absolutamente à realidade" (BOURDIEU, 1983: p:25).

A TV que se pretende um instrumento de registro torna-se, assim, um instrumento de criação de realidades e é, neste sentido, um campo de produção simbólica com muito pouca autonomia.



Bourdieu exemplifica a pressão do mercado, afirmando que existe uma sobrevalorização da forma em relação ao conteúdo, característica marcante da mídia televisiva. Isso decorre do fato do discurso televisivo fazer uso privilegiado da linguagem audiovisual, combinando imagem, som (música, por exemplo) e palavra, com ênfase na primeira. As possibilidades do audiovisual são levadas cada vez mais adiante, em decorrência dos avanços tecnológicos associados à informática (mini-câmaras, closes, slow-motion, recursos gráficos etc.). Mas também nas mídias impressas (jornal, revista), as imagens vêm ganhando espaço em relação à palavra – são fotos, gráficos e outros recursos produzidos com sofisticação e qualidade cada vez maiores por conta dos avanços da informática/computação. O poder da linguagem audiovisual é maximizado na TV por assinatura, na qual o esporte pode apresentar-se como pura imagem, o que se justifica no processo de espetacularização, porque a televisão busca atingir a emoção do espectador, e não a razão.

Do outro lado da moeda, o discurso das mídias em geral propõe uma concepção hegemônica de esporte: esforço, busca da vitória, disciplina, dinheiro. O preço que se paga pela espetacularização do esporte é a fragmentação e descontextualização do fenômeno esportivo. Os eventos e fatos são retirados do seu contexto histórico, sociológico, antropológico. A experiência global do ser-atleta é fragmentada.

3. O ATLETA E O HERÓI OLÍMPICO

Em seu livro *O Atleta e o Mito do Herói - o imaginário esportivo contemporâneo*, Katia Rubio passeia pela história, buscando os conceitos sobre o significado do esporte, do atleta e do herói nas diferentes épocas, desde as raízes de nossa sociedade dita civilizada até os tempos pós-modernos de Copa do Mundo e de Jogos Olímpicos. Enquanto viaja em retrospectiva entre passado e presente, utilizando ícones do substrato de cultura esportiva, como os jogos gregos e as olimpíadas modernas; e de cultura mitológica, como os heróis da mitologia e os heróis dos noticiários desportivos de TV, a autora avalia o que se mantém e o que se perdeu na relação entre esporte o senso comum de heroísmo.

O principal aspecto que nos interessa na obra da autora é a percepção que Rubio tem da mídia na relação esportista-herói. Os meios de comunicação aparecem em depoimentos de atletas analisados pela autora como uma "força titânica", capaz



de provocar sensações de impotência nos esportistas, já que eles são julgados e classificados o tempo todo pela mídia. Mas, ao mesmo tempo em que esses meios de comunicação são partes fundamentais da estruturação do mito do herói na sociedade moderna, indicadores do sucesso na carreira; se assumem, às vezes, como força de caráter maligno, sendo um dos inimigos a ser enfrentado e conquistado pelo atleta-herói moderno.

Utilizando extensos relatos em forma de histórias de vida dos atletas, analisando-os de forma individual, Rubio indica pontos em comum entre todos: a vivência do mito do herói. O mito do herói presta-se generosamente a uma avaliação baseada em arquétipos, pois é o mais comum e mais antigo do mundo, existindo nas mitologias grega, romana, do extremo oriente, dos povos das Américas, na idade média, em tribos contemporâneas e outras. Em todas elas há estruturas semelhantes. A razão da existência do herói é a luta. Assim como a do esportista é competir.

Os heróis gregos e alguns deuses eram celebrados com jogos, disputas atléticas, raízes dos nossos Jogos Olímpicos. Hoje, o esporte é um dos principais fenômenos culturais, comunicando saúde e integração mente-corpo, chamando como nunca a atenção constante da mídia, da medicina e da psicologia.

A mídia alterou e influenciou no desenvolvimento dessa presença do esporte na nossa vida cotidiana, tornando-o uma carreira profissional que une desempenho e dinheiro, onde se somam elementos como status e fama. Essa faceta do esporte não está muito longe do sentido que os gregos davam-lhe. De fato, o esporte não teria alcançado a importância política, econômica e cultural de que desfruta hoje não fosse sua associação com a mídia, especialmente a televisão.

As aproximações entre discurso mítico e esporte podem ser exploradas com maior intensidade no sentido de se compreender melhor o papel dos esportes na sociedade moderna. Roland Barthes, em sua obra *Mitologias*, alarga os horizontes da interpretação mítica, com suas análises de diversos aspectos cotidianos da vida contemporânea francesa (para ele, o mito pode ser visto – e desmitificado – numa luta de *catch*, no *strip-tease*, nas propagandas de detergentes e saponáceos, no rosto de Greta Garbo etc.):

Segundo Barthes, o mito não é necessariamente uma fala oral, mas pode ser formado por outras representações, como a fotografia, o cinema, a publicidade, os espetáculos e o esporte: todos eles podem servir de suporte à fala mítica. Por se tratar de um sistema semiológico, o mito é também um sistema de valores: mas seu

consumidor o lê como sistema de fatos, em que o significante e o significado mantêm relações naturais. Por não se dar conta do sistema semiológico do mito é que o leitor pode consumi-lo inocentemente.

Se atentarmos às definições de outro mitólogo histórico, Mircea Eliade, temos que os ídolos do esporte podem ser vistos como os “Seres Sobrenaturais”, criadores de modelos de conduta. Os records alcançados pelos atletas, os títulos e as vitórias (e, mais do que isso, sua vontade e obsessão pelas conquistas) os tornam também genitores de uma criação. Podemos ver em certos esportistas o comportamento mítico da obsessão pelo sucesso, algo “tão característico da sociedade moderna, e que traduz o desejo obscuro de transcender os limites da condição humana” (ELIADE, 1989: p.54).

Ao entrar em campo, de chuteiras, calção e com a camisa de seu clube, qualquer jogador de futebol parece incorporar uma dimensão mítica. Trata-se, no fundo, da mesma análise feita por Eliade do mito do Superman. Enquanto esse herói dos quadrinhos e do cinema vive uma dupla identidade (os poderes ilimitados de Superman convivem com a figura modesta e terrena do jornalista Clark Kent), os jogadores (e não só eles, mas também artistas, cantores, atletas e outras personalidades públicas) também convivem com o duplo: sua atividade singular enquanto atletas não é a mesma de quando estão fora dos estádios, instante em que se tornam seres comuns, padecedores dos mesmos males inerentes à humanidade. Mas, durante a representação de seu papel, de sua pantomima esportiva, assumem a imagem do ser sobrenatural, não mais pertencente ao mundo vulgar. Daí a relação com o mito do Superman: ambos satisfazem “as nostalgias secretas do homem moderno que, sabendo-se condenado e limitado, sonha revelar-se um dia como uma ‘personalidade excepcional’, um ‘herói’” (ELIADE, 1989: p.66).

Por outro lado, Joseph Campbell proclama que as sociedades que suportaram os mitos já não mais subexistem; nossa civilização ocidental perdeu a noção do mito: o rigor científico, o “telescópio e o microscópio perscrutantes”, nos dizeres de Campbell, assumiram papel preponderante na análise da realidade. Os últimos vestígios da antiga herança humana ligada aos rituais encontram-se em pleno declínio. Campbell vai além na análise do herói mítico dos dias de hoje. Para ele, o problema do homem moderno é exatamente oposto ao do homem das sociedades míticas.



No entanto, se temos a ruína da teia onírica do mito, não é menos verdade que o mito assumiu outras formas para comunicar-se com o homem moderno. Seu lugar foi ocupado, durante muito tempo, pela prosa narrativa, e, mais especificamente, pelo romance, que serviu como substituto à recitação dos mitos e contos nas sociedades tradicionais e populares (CAMPBELL, 1992: p.101).

Nos dias de hoje, parece claro que o mesmo papel desempenhado pelo romance é ocupado pela mídia e outras manifestações de massa, como o cinema, a televisão, a propaganda e o esporte, tal qual nos mostram as análises de Roland Barthes, cuja extensão da análise mítica vem a ilustrar esse novo comportamento.

4. ANÁLISE DE MÍDIA

Como já mencionado, fizemos um acompanhamento dos cadernos especiais sobre os Jogos Olímpicos dos jornais O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo, no período de 01 a 25 de agosto de 2008. Nosso objetivo foi identificar as diferenças e semelhanças de tratamento dadas aos feitos dos esportistas Usain Bolt e Michael Phelps.

Os dois atletas foram considerados, pela imprensa mundial, os dois maiores heróis dos Jogos Olímpicos de Pequim. Porém, em nossa opinião, a construção desse arquétipo de herói aconteceu, por parte da imprensa brasileira, de forma bastante distinta.

Michael Phelps chegou a Pequim já com a intenção de conquistar as oito medalhas de ouro e, assim, quebrar o recorde de conquistas de seu compatriota Michael Spitz que, nos Jogos Olímpicos de Munique, em 1972, conquistara sete medalhas de ouro olímpicas. Dessa forma, segundo a imprensa, o nadador norte-americano chegou à competição com uma “missão”.

Já Usain Bolt, conforme matéria publicada em O Estado de São Paulo de 25 de agosto, após o encerramento das disputas, “era pouco badalado internacionalmente até o início de 2008”⁸. Porém, e após cada um de seus três triunfos, o velocista jamaicano foi conquistando a atenção dos holofotes da imprensa mundial.

⁸ “Desempenho excepcional levanta suspeitas”, O Estado de São Paulo, 25 de agosto de 2008, página H6.



Durante a competição, os veículos de comunicação acompanhados foram, paulatinamente, construindo o arquétipo de herói para os dois atletas. Manchetes como “Movido a torpedo”⁹, “Phelps: faltam 2”¹⁰, “Inédito Phelps Ouro 11”¹¹ e “O maior”¹² retratam a contagem regressiva que acompanhou as conquistas do nadador norte-americano, já esperada por todos. Prova disso foi a última manchete publicada sobre o atleta pelo jornal O Estado de São Paulo, em sua edição de 17 de agosto de 2008: “Missão cumprida”¹³.

Universitário norte-americano, branco e de classe média, Phelps foi o herói construído para a realização dessa missão. É o símbolo do bom moço e da preparação atlética invejável. Alguém talhado para atingir aos objetivos que se propôs. Prova disso é a matéria “Phelps bate recordes à base de pizza e massas”, publicada na Folha de São Paulo de 13 de agosto de 2008¹⁴. Na matéria, o atleta norte-americano é mostrado como uma pessoa de hábitos simples, bastante determinado e arquétipo do bom moço. “A vida de Phelps em Michigan, onde treina com Bob Bowman, resume-se a treinos e mais treinos. Nas horas vagas, ele ouve hip hop e passeia com seu Cadillac. Já foi pego dirigindo bêbado, mas diz que foi seu único ato fora da linha”. As fotos de Phelps que ilustram a mesma matéria, mostram os atributos físicos do nadador, numa clara alusão à sua preparação adequada e à sua disciplina nos treinamentos.

O Estado de São Paulo, de 15 de agosto de 2008, também chama a atenção para a alimentação do atleta, na matéria “Campeão come 1 quilo de macarrão e 1 pizza por dia”, na qual apresenta, até, “O super cardápio do nadador”¹⁵. Em todo o período em que analisamos os dois veículos de comunicação, as fotos de Phelps que ilustravam a matéria buscavam valorizar seu físico, sua concentração e sua capacidade atlética dentro das piscinas. Sua conquista é, assim, legítima, fruto de seu merecimento.

Já Usain Bolt é retratado, desde o início de sua chegada a Pequim, de forma mais humilde, fruto de uma vida desenvolvida em um país pobre, como a Jamaica,

⁹ Folha de São Paulo, 14 de agosto de 2008, página D1.

¹⁰ O Estado de São Paulo, 15 de agosto de 2008, página H1.

¹¹ Folha de São Paulo, 13 de agosto de 2008, página D1.

¹² Folha de São Paulo, 17 de agosto de 2008, página D1.

¹³ Página H1.

¹⁴ Página D6.

¹⁵ Página H7.



sem a preparação adequada. Na matéria “Só ficarei feliz com 2 ouros”¹⁶, publicada em O Estado de São Paulo do dia 6 de agosto de 2008, o atleta admite que, com as medalhas de ouro nos 100 e 200 metros, ficaria 100% satisfeito. Assim, para os meios de comunicação, ao contrário de Phelps, o jamaicano não tinha uma missão. Apenas objetivos.

Bolt é apresentado como um atleta com hábitos comuns, “o jamaicano se diz ‘fanático’ por música, mais especificamente o *reggae*. Não poderia ser diferente para quem nasceu na terra de Bob Marley”¹⁷. Na mesma matéria, “*Reggae* para relaxar antes de competir”, as dificuldades da carreira do atleta vêm a tona: “Tudo em sua carreira passa por Glen Mills, um veterano técnico conceituado na Jamaica e em todo o mundo. (...) Mora em uma modesta casa em Kingston, tem um carro velho e salário nada expressivo”¹⁸.

À medida que suas conquistas vão acontecendo, a mídia se dá conta da importância de suas conquistas e passa a estampar o velocista jamaicano com destaque. Manchetes como “9s69 Bolt fácil”¹⁹ e “Furacão Bolt”²⁰ alçam o atleta a condição de herói olímpico.

Os motivos das conquistas, porém, divergem daqueles apresentados pelos meios de comunicação para Michael Phelps. Enquanto o nadador e seus triunfos são frutos de uma alimentação adequada e disciplina nos treinamentos; Bolt não conta com os mesmos elementos. A matéria da Folha de São Paulo, do dia 17 de agosto de 2008, que retrata a vitória do atleta nos 100 metros, a prova mais nobre do atletismo, apresenta o título “À base de nuggets, jamaicano dança e ri”²¹. Em um único texto, o veículo chama a atenção para a alimentação inadequada do atleta – alguns nuggets – e ao seu espírito nada disciplina, marcado pela soberba e pela arrogância em sua maneira de comemorar a conquista de sua primeira medalha de ouro.

As fotografias publicadas, pelos dois veículos, no período de nosso acompanhamento, procuram retratar às “caras e bocas” de Bolt, numa clara alusão ao seu espírito irreverente. Irreverência que, em nossa cultura latina, muitas vezes soa a malandragem.

¹⁶ Página H12.

¹⁷ O Estado de São Paulo, 6 de agosto de 2008, página H12.

¹⁸ Página H12.

¹⁹ Folha de São Paulo, 17 de agosto de 2008, página D1.

²⁰ O Estado de São Paulo, 21 de agosto de 2008, página H1.

²¹ Página D3.



No final dos Jogos Olímpicos de Pequim, em sua edição do dia 25 de agosto de 2008, ao realizar o balanço final da competição, o jornal O Estado de São Paulo alça os dois atletas – Michael Phelps e Usain Bolt -, à condição de heróis. Na matéria “Além dos limites”²², os dois são apresentados como super-homens, que bateram recordes e entraram para a história pelas suas conquistas.

Porém, ao analisar as vitórias do jamaicano, o jornal coloca que “Desempenho excepcional levanta suspeita”. Muito embora nada tenha sido constatado durante os Jogos Olímpicos de Pequim, o Estado de São Paulo aponta que “assim como assombrou os chineses, o jamaicano Usain Bolt levantou suspeitas e provocou insinuações de colegas. (...) Conseguiu isso (esse desempenho) sem a ajuda de substâncias ilícitas?” pergunta o diário paulistano.

Fica claro que, ao contrário do atleta norte-americano, a conquista do velocista jamaicano, não prevista, é atribuída a fatores extra-esportivos ou, em segunda instância, ao acaso. Não é, tal triunfo, obra de uma preparação adequada e de uma disciplina rígida de trabalho que forja o atleta vencedor.

5. CONCLUSÕES

A construção do herói olímpico se reveste, hoje, de uma série de interesses políticos e, principalmente, econômicos. Alçar um esportista ao panteão dos grandes atletas olímpicos é, atualmente, uma função que não acontece sem o auxílio dos meios de comunicação de massa.

Essa construção, como observamos, pode acontecer de várias formas. Apresentamos, na análise da cobertura dos Jogos Olímpicos de Pequim feita pelos jornais O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo, duas faces dessa edificação. Uma, a organizada em torno do nadador norte-americano Michael Phelps. Outra, a construída ao redor do velocista jamaicano Usain Bolt.

Phelps - de classe média, universitário, disciplinado e bom moço -, nasceu para triunfar. O triunfo que obteve era aquele que dele mesmo se esperava. Afinal, foi preparado para isso e a ele foram dadas todas as condições de conseguir ser o esportista com maior número de medalhas de ouro em uma única edição dos Jogos Olímpicos. Sua saga, por si só, merece ser acompanhada. É legítima, fruto de

²² Páginas H6 e H7.



obstinação pessoal. Além disso, dá audiência. Todos querem assistir e ler sobre a conquista de Phelps, prova a prova, medalha a medalha. Busca de audiência que, por vezes, leva à falação esportiva em pautas que pouco tem a ver com a prática esportiva.

Bolt – pobre, jamaicano, irreverente e indisciplinado -, venceu por acaso ou por obra de fatores alheios à prática esportiva, como o doping, por exemplo. Seus triunfos, imprevisíveis antes da disputa, podem ser, assim, obra da malandragem e não da obstinação. Bolt apresenta, assim, a face do herói malandro. Embora distinta da face obstinada do herói Phelps, Bolt também dá audiência. Todos querem ver as provas em que aquele atleta irreverente vai pulverizar seus adversários.

A audiência, que anda junto com os interesses comerciais apontados por Pierre Bourdieu, e a falação esportiva, apresentada por Umberto Eco, auxiliam na construção desse imaginário esportivo. O consumo e o desperdício, aqui entendido como outra forma de consumo, estão presentes em pautas que retratam o hábito de vida dos dois atletas, alçados agora à condição de super-heróis olímpicos.

Cada um à sua maneira, os dois heróis olímpicos dos Jogos de Pequim servem aos interesses da mídia. Seja através da construção da missão de Phelps ou dos atos de irreverência de Bolt, os meios de comunicação de massa constroem a figura do herói olímpico que, antes de qualquer triunfo olímpico, auxilia na edificação da audiência e mostram as diversas faces do consumo do imaginário olímpico.

Assim, a “falação esportiva” informa e atualiza: quem ganhou, quem foi contratado ou vendido (e por quanto), quem se contundiu, e até sobre aspectos da vida pessoal dos atletas. Conta a história das partidas, das lutas, das corridas, dos campeonatos; uma história que é sempre construída e reconstruída, pontuada pelos melhores momentos - os gols, as ultrapassagens, os acidentes etc. cria expectativas: quem será convocado para a seleção brasileira? A falação faz previsões: qual será o placar, quem deverá vencer. Depois, explica e justifica: por que tal equipe o atleta ganhou ou perdeu. A falação promete: emoções, vitórias, gols, medalhas. Cria polêmicas e constrói rivalidades: foi impedimento ou não? A falação critica: "fala mal" dos árbitros, dos dirigentes, da violência. A falação elege ídolos: o "gênio", o craque fora de série. Por fim, sempre que possível, a falação dramatiza.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



- BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro, Marco Zero, 1983.
- _____. *Sobre a televisão – seguido de a influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1997.
- CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. São Paulo, Pensamento, 1992.
- ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.
- ELIADE, Mircea. *Aspectos do mito*. Lisboa, Edições 70, 1989.
- RUBIO, Kátia. *O atleta e o mito do herói – o imaginário esportivo contemporâneo*, São Paulo, Caso do Psicólogo, 2001.