



O mito no jornalismo esportivo: 70 anos de Pelé no Globo Esporte¹

Carolina Teles Moreira Passos²

Anderson Antikievicz Costa³

Universidade Estadual do Centro Oeste

RESUMO

O ex-jogador de futebol Pelé pendurou as chuteiras há muitos anos, mas ainda é utilizado constantemente dentro do jornalismo esportivo brasileiro. Seu nome habita as páginas dos jornais e os noticiários televisivos com declarações, homenagens, e comparações. O presente trabalho estuda a realimentação do mito Pelé dentro do programa jornalístico Globo Esporte e os recursos utilizados para sua manutenção. Utilizamos a concepção de mito de Roland Barthes, o qual afirma que o mito é uma fala construída historicamente e é retirado do seu lugar de origem para ser utilizado pela sociedade para outros fins. A análise é feita com as reportagens da semana de aniversário do ex-atleta no programa Globo Esporte, no ano de 2010, ano em quem Pelé completou 70 anos.

PALAVRAS-CHAVES: Globo Esporte, Jornalismo esportivo, Mito, Pelé.

INTRODUÇÃO

“Ele é o cara. Ele é o cara. Ninguém pode duvidar. É fato, e contra fatos não há argumentos”. Esta frase retirada do programa Globo Esporte, retrata a grandiosidade de um dos maiores mitos brasileiros: o ex-atleta Pelé. A produção de mitos no jornalismo esportivo é um fato recorrente, e ninguém melhor para ilustrar essa prática do que o ‘intocável’ Pelé. A reafirmação desse mito na mídia brasileira é o foco deste trabalho. Para tanto, foram analisadas as reportagens da semana de aniversário do ‘Rei’ no programa Globo Esporte, por este ser o programa de jornalismo esportivo com maior audiência e de grande influência no público que consome o noticiário esportivo no Brasil.⁴

No ano de 2010, Pelé completou 70 anos de idade e diversos programas jornalísticos fizeram edições e reportagens especiais sobre ele, tais como o

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 - XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul de 31 de Maio a 02 de Junho de 2012.

² Graduada do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Centro Oeste – UNICENTRO. Email: carol.telesmp@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor de Jornalismo da Universidade Estadual do Centro Oeste – UNICENTRO. Email: naoentreepanico@gmail.com

⁴ O Globo Esporte mantém médias nacionais de 17 pontos de audiência e 42% de participação, o que representa quase 11 milhões de telespectadores a cada edição. Fonte: Ibope Telereport - abr/07. Disponível em: <http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_esporte/glesp2_pa.php> Acesso em: 23/06/11.



documentário intitulado “70 vezes Pelé”, produzido pela ESPN Brasil⁵, o Programa jornalístico Espaço Aberto Ciência e Tecnologia da Globo News⁶, páginas especiais em portais da internet, como a Gazeta Esportiva⁷, dentre muitos outros. Na semana do aniversário, somente na Rede Globo, foram nove matérias em homenagem ao ex-atleta. Destas nove reportagens, cinco foram veiculadas no programa Globo Esporte. Além disso, na mesma semana foi criado o portal globoesporte.com/pele70, que traz uma série de reportagens especiais e curiosidades relacionadas ao ex-jogador.

O MITO É UMA FALA

Para Roland Barthes, o mito é uma fala construída historicamente. Sendo uma fala, tudo pode ser mito, desde que possa ser julgado por um discurso. A sociedade ocidental é um campo privilegiado das significações míticas e a imprensa é a grande amplificadora destes mitos: “A imprensa encarrega-se de demonstrar todos os dias que a reserva dos significantes míticos é inesgotável” (BARTHES, 1972, p. 148).

A mitologia como ciência é apenas um fragmento da semiologia⁸. Todo sistema semiológico possuiu um significante, um significado e um signo.

No mito pode encontrar-se o mesmo esquema tridimensional de que acabei de falar: o significante, o significado e o signo, mas o mito é um sistema particular, visto que ele se constrói a partir de uma cadeia semiológica que existe deles: o mito é um sistema semiológico segundo (BARTHES, 1972, p. 136).

O signo do primeiro sistema semiológico (o sistema da língua) se torna o significante do segundo sistema (do mito), e gera um novo significado e um novo signo. Neste segundo sistema semiológico, Barthes utiliza outras denominações, o significante é chamado de *sentido* ainda no sistema da língua e de *forma* no sistema do mito e se apresenta de maneira ambígua, simultaneamente sentido e forma. O significado é chamado de conceito, e o ‘signo’ do mito é a significação.

Neste sistema, um *significado* pode ter vários *significantes*, ou uma *forma* pode ter vários *conceitos*. Podemos encontrar diversos significantes que signifiquem a

⁵Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=VxhHHcW-X14>>. Acesso em: 03/06/11.

⁶ Disponível em: <<http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM1358898-7823-CIENCIA+TENTA+EXPLICAR+O+FENOMENO+PELE,00.html>> Acesso em: 03/06/11.

⁷Disponível em: <http://www.gazetaesportiva.net/especiais/pele70anos/>. Acesso em: 03/06/11.

⁸ O termo semiologia se mantém, em concorrência com a semiótica para designar a teoria da linguagem e suas aplicações a diferentes conjuntos significantes (GREIMAS, A.J. Dicionário de Semiótica. São Paulo: Contexto 2008, p. 444).

imperialidade francesa, por exemplo. E é justamente isso que nos permite decifrar o mito: “Esta repetição do conceito através de formas diferentes é preciosa para o mitólogo, permite-lhe decifrar o mito: é a insistência num comportamento que revela a sua intenção” (BARTHES, 1972, p.141).

Se pretendermos compreender como o mito corresponde ao interesse de uma sociedade definida é preciso nos posicionar como o leitor do mito. O leitor do mito focaliza o significante enquanto totalidade indistinguível sentido e forma e recebe significação ambígua. Ele reage de acordo com o mecanismo constitutivo do mito: “O negro não é o símbolo e nem o álibi da imperialidade francesa, é a própria PRESENÇA dela” (BARTHES, 1972, p. 149). A função do mito é naturalizar as coisas, é fazer com que determinada fala, que foi construída pela sociedade e pela ideologia dominante pareça natural.⁹

O mito não nega as coisas; a sua função é, pelo contrário, falar delas; simplesmente purifica-as, inocenta-as, fundamenta-as em natureza e em eternidade, dá-lhes uma clareza, não de explicação, mas de constatação: se constato a imperialidade francesa sem explicá-la, falta pouco para que a ache normal, decorrente da natureza das coisas: fico tranquilo (BARTHES, 1972, p. 163).

O JORNALISMO ESPORTIVO COMO CRIADOR DE MITOS

O jornalismo esportivo atual possui espaço significativo em jornais, revistas, rádios e canais de televisão, ao contrário das décadas de 40 e 50. Viviane Borelli (2002) afirma que hoje o esporte chega a ocupar mais espaço em grandes jornais brasileiros do que editorias como economia, educação e política:

Nos jornais, o esporte ‘habita’, via de regra, as últimas páginas, consideradas, juntamente com as primeiras, as mais atrativas e privilegiadas do conteúdo jornalístico. Assim ele tem um *status* diferenciado das demais editorias, pois é tematizado em lugares considerados especiais. Além disso, as colunas especializadas têm amplo destaque. Na televisão, o esporte é uma das poucas práticas que tem amplo espaço, com vários programas especializados (BORELLI, 2002, p. 8).

⁹ Para Barthes, o mito, na sociedade francesa da época, é essencialmente produzido pela burguesia. Mesmo que existam mitos na esquerda, é na direita que ele localiza-se, pois se apodera de tudo: morais, diplomacias, justiça, literaturas, etc. “O opressor conversa o mundo, a sua fala é plenária, intransitiva, gestual, teatral: é o mito” (BARTHES, 1972, p. 169).

Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel afirmam que “Jornalismo é jornalismo, seja ele esportivo, econômico, social” (2006, p. 13). Para estes autores, antes das suas especificidades, o jornalismo esportivo tem como base as mesmas regras gerais de qualquer outro gênero jornalístico, como a busca pela informação, isenção no tratamento com as fontes, critérios de noticiabilidade e criatividade para encontrar diferentes ângulos da notícia. Dito isso, é necessário salientar que o tema permite que esse gênero se diferencie dos demais. Borelli (2002) ressalta que:

O esporte, por suas próprias características (ludicidade, entretenimento, lida com paixões, emoções, valores, etc) é um tema que perpassa interesses, cotidianos, sentimentos, anseios e expectativas de vários campos sociais. O futebol, em especial, povoa várias dimensões, pois faz parte de nossa constituição cultural, imaginária e simbólica (BORELLI, 2002, p.17).

Considerando que o esporte mexe de uma forma maior com o imaginário do telespectador/leitor o jornalismo se utiliza de vários recursos para dar vida à cobertura esportiva. Coelho afirma que: “A noção de realidade torna a cobertura esportiva tão brilhante quanto qualquer outra no jornalismo. O ponto chave é que, muitas vezes, tal cobertura exige mais do que noção de realidade” (COELHO, 2009, p.15). O jornalismo esportivo exige a dose certa de emoção e paixão para tratar de um tema que desperta no público esses sentimentos.

Como as demais áreas do jornalismo, essa também é rica em significantes míticos de toda natureza. Mito de um time vencedor, de um time perdedor, de um time pertencente à determinada classe social, de certa maneira de jogar e de um jogador em especial, etc. Esse último, o mito do herói, é um dos mais utilizados pela mídia esportiva:

A questão do ídolo esportivo é a pedra fundamental onde se assentam os objetivos da imprensa especializada. Obviamente, ela não os fabrica sozinhos, pois, atrás do ídolo está todo um contexto propício e um perpétuo jogo de interesses, mas é certo que tenha a função de mantê-los a serviço do poder como mecanismos de perpetuação da paixão esportiva; que culmina na máxima: não há esportes sem ídolos (CAMPOS, 2008, p. 6).

As características inerentes ao jornalismo esportivo fazem com que o personagem trabalhado nas matérias possua muitas vezes a caracterização de herói, o que o transforma em ídolo e assim culminando na criação do mito. O jornalismo aciona diariamente recursos para transformar atletas/personagens em mito. Vemos atualmente



exemplos de atletas midiáticos e consequentemente já mitificados. Retomando Barthes podemos exemplificar da seguinte forma: um atleta tem seu signo de jogador de futebol exaurido, ao ser nomeado pela imprensa de Rei, imperador, fenômeno, etc. Ao introduzir significados de outra natureza ao indivíduo, o sentido primeiro de atleta é esvaziado e preenchido por outros. Dessa forma, heróis e anti-heróis vão se firmando na constelação dos mitos do futebol brasileiro.

O REI PELÉ

Parafraseando José Castello, em seu livro “Pelé: os dez corações do Rei”, é preciso afirmar que neste texto, o cidadão Edson Arantes do Nascimento é um personagem secundário. Ele só nos interessa na medida em que serve como suporte para o mito Pelé¹⁰.

Edson Arantes do Nascimento nasceu em Três Corações, Minas Gerais no ano de 1940. Ele começou a jogar futebol profissionalmente no Bauru Atlético Clube e já aos 16 anos passou a atuar no Santos Futebol Clube (CASTELLO, 2004) onde não muito mais tarde iria se consagrar. Pelé colecionou títulos. São nada mais do que 57 ao longo da carreira e 1.285 gols¹¹, marca até hoje não alcançada. No auge de sua carreira, Pelé foi sondado por times europeus, mas permaneceu no clube que o consagrou até 1974 quando foi jogar no New York Cosmos, time dos Estados Unidos, na maior transação do futebol feita até o fim dos anos 70.

Depois que pendurou as chuteiras, Pelé já foi embaixador para Ecologia e Meio ambiente da Organização das nações unidas (ONU) em 1992. Embaixador da Boa Vontade da Unesco em 1993 e embaixador para a Educação, Ciência e Cultura da Unesco em 1994. Também foi Ministro dos Esportes no governo Fernando Henrique Cardoso de 1995 a 1998. Além disso, Pelé possui o título de Sir-Cavaleiro Honorário do Império Britânico, recebido da Rainha Elizabeth II, no ano de 1997.

Foram dez participações em filmes e tem músicas gravadas. Diversas campanhas publicitárias e inúmeros livros e biografias (muitos deles em inglês). O repertório de frases sobre o Rei é extensa, vão desde Carlos Drummond de Andrade – “Marcar 1000 gols, como Pelé, não é tão difícil. Marcar um gol como Pelé é” – até o ex-

¹⁰ José Castello escreve a seguinte frase no livro Pelé: os dez corações do Rei: “Neste livro, o cidadão Edson Arantes do Nascimento é um personagem secundário, muito eventual, senão dispensável. Ele só me interessa na medida em que serve como suporte [...] para o mito Pelé”.

¹¹ Números retirados do site Pelé.net. Disponível em: < <http://noticias.uol.com.br/pelenet/> > Acesso em: 13/05/11



presidente dos Estados Unidos Jimmy Carter – “Muito prazer, eu sou o Jimmy Carter. Você não precisa se apresentar. Pelé todo mundo conhece¹²” –.

O Pelé hoje é acionado diariamente pelo jornalismo esportivo, seja para comparações com outros jogadores e reverências, seja para dar sua opinião sobre este ou determinado assunto. Qualquer que seja a polêmica envolvendo jogadores, clubes, federações, sempre tem um jornalista pronto para perguntar a “majestade” seu parecer sobre o tema. Coisas assim, já fizeram com que se tornasse recorrente a expressão de que “Pelé calado é um poeta”¹³ ou que o Pelé foi gênio. Já o Edson nem tanto.

OS 70 ANOS DE PELÉ NO GLOBO ESPORTE

No ano de 2010, Pelé completou 70 anos de idade e o fato foi explorado tanto nos grandes como nos pequenos veículos de comunicação do Brasil. A repercussão foi impressionante para o que se tratava ‘apenas’ de um aniversário. Portais da internet, jornais, revistas e programas televisivos fizeram menções e matérias especiais sobre o assunto. O New York Cosmos, clube norte-americano em que Pelé encerrou sua carreira, também prestou homenagem a Pelé, colocando um cartão de aniversário gigante na Times Square¹⁴.

O aniversário do ex-atleta migrou das páginas esportivas para os noticiários nacionais do horário nobre. O Jornal da Band¹⁵ e o Jornal Nacional¹⁶ fizeram reportagens prestando homenagens. Outro exemplo é o do programa jornalístico “Espaço Aberto Ciência e Tecnologia”, da Globo News, que fez um programa especial onde se utilizou da ciência para “explicar” o ex-atleta¹⁷. Na reportagem intitulada “Ciência tenta explicar o fenômeno Pelé”, físicos e fisiologistas se utilizam de Pelé como objeto de estudo, cujas conclusões são frases como: “Só alguém genial é capaz disso, cada instante do futebol de Pelé é exemplo” e “Ele conseguia ir aos limites da lei

¹² Frases retiradas do portal Pelé.net Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/pelenet/>> Acesso em: 13/05/11

¹³ A frase proferida pelo polêmico Romário é reutilizada por críticos e pela imprensa ao se mostrarem contrários as opiniões de Pelé.

¹⁴ Cosmos festeja os 70 anos de Pelé distribuindo bolas na Times Square. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/pele-70/noticia/2010/10/cosmos-festeja-os-70-anos-de-pele-distribuindo-bolas-na-times-square.html>> Acesso em: 27/05/11.

¹⁵ Especial Pelé 70 anos, na Band: Disponível em: <<http://www.band.com.br/esporte/gente/noticia/?id=100000360710>>. Acesso em: 27/05/11.

¹⁶ Pelé completa 70 anos, no Jornal Nacional. Disponível em: <<http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM1361853-7823-PELE+COMPLETA+ANOS,00.html>> Acesso em: 27/05/11.

¹⁷ Disponível em: <<http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM1358898-7823CIENCIA+TENTA+EXPLICAR+O+FENOMENO+PELE,00.html>> Acesso em: 03/06/11.



da física para poder explorá-las em seu favor”. A legitimação da genialidade de Pelé é comprovada aqui pela ciência¹⁸.

No dia 18 de outubro de 2010, o Globo Esporte lançou uma página na internet especial em comemoração aos 70 anos de Pelé, intitulada Pelé70, na qual foram publicadas 42 reportagens em sete dias.

A escolha deste programa para análise se deu por diversos motivos. Primeiramente por estar na emissora mais assistida da televisão brasileira, o que o torna o programa esportivo de maior expressão nacional. Segundo, pela mistura de jornalismo e entretenimento existente no programa. Em alguns momentos percebe-se no programa uma valorização do entretenimento visando o espetáculo em detrimento da notícia. Todos os recursos utilizados com esse propósito (entreter) colaboram ainda mais para a criação e manutenção dos mitos esportivos dentro do programa Globo Esporte.

Para refletir sobre a contínua realimentação do mito Pelé dentro do jornalismo esportivo, foram selecionadas reportagens que abordam o aniversário do ídolo no programa televisivo Globo Esporte no período de 18 a 23 de outubro de 2010. Neste programa de jornalismo esportivo, foram dedicadas a Pelé quatro reportagens e uma nota lida no estúdio pelo apresentador. Duas reportagens foram feitas e transmitidas pelo Globo Esporte SP, as demais, pelo Globo Esporte Rede Nacional. Nosso objetivo é perceber a maneira com que o jornalismo esportivo trabalha na manutenção do mito Pelé e quais mecanismos são acionados para esse fim.

Se partirmos da perspectiva do criador do mito – imprensa –, todas as matérias visam um único objetivo: parabenizar e homenagear o ex-atleta. Na visão do mitólogo todas as reportagens podem ser entendidas como parte da manutenção de um mito. Anteriormente, já vimos que o jornalismo esportivo é rico em significantes míticos de toda natureza, e que o mito de herói é frequentemente utilizado. É nesse viés que o mito de Pelé se encontra: ídolo, Rei, gênio. A própria quantidade de matérias feitas para um aniversário já nos mostra o quão constituído é o mito Pelé.

A primeira reportagem analisada data do dia 21 de outubro, tem três minutos e dois segundos de duração. O ex-atleta é inserido em uma esfera de significações que não é própria da que ele pertence, o futebol. A reportagem inicia mostrando uma coroa, e posteriormente imagens de Reis e rainhas, com a narração: “Aaaai, o glamour, a pompa, a tradição, ser Rei é muito [pausa] chato. É chato. Isso pode, isso não pode, vem

¹⁸ Essa legitimação de um discurso pela ciência dialoga com o conceito de Vontade de Verdade, trabalhada pelo filósofo francês Michel Foucault no livro *A Ordem do Discurso*.

por aqui, vai pra lá, mimimi, olha pra cá”. Dito isso, aparece Pelé dentro de um campo de futebol e um cinegrafista se aproxima até trombar nele. Pelé diz: “Você tá em cima, hein”. E a narração finaliza: “Tá ai ó: o Rei perdeu a paciência”. Os elementos linguísticos e visuais esvaziam o significado de ex-jogador de futebol e inserem significados de realeza, criando uma significação de poder e *status*, reafirmando assim a máxima já consolidada de que Pelé é Rei. Não somente nesta reportagem, mas em toda a construção do mito Pelé, percebemos a inversão de papéis: Edson Arantes do Nascimento é brasileiro, negro e pobre. Já Pelé é brasileiro e negro, mas é Rei em um discurso que invoca a nobreza europeia, ou seja, branca e rica.

Esse recurso é acionado novamente ao final da matéria: “E se um dia ele cansasse da pompa e quisesse se misturar, ser um pouquinho plebeu só pra quebrar a rotina [...]”. A comparação do atleta com um Rei se coloca para o jornalismo esportivo como um elemento necessário para a constituição da reportagem, pois é preciso exemplificar a importância do ex-atleta. Mas, como afirma Barthes, devemos nos situar com a visão do leitor do mito, aquele que o recebe. E esse leitor vive o mito “como uma história simultaneamente verdadeira e irreal” (BARTHES, p.149). O que interessa é o efeito imediato que o mito causa, não importa se minutos depois ele é desmontado: “Presume-se que a sua ação é mais forte do que as explicações racionais que podem pouco depois desmenti-lo” (BARTHES, p. 151).

Na reportagem, além da narração do repórter, falas de Pelé são utilizadas com diferentes intuitos. Após imagens de dribles e gols da carreira dele, a seguinte fala de Pelé é retomada: “Só daqui a cem anos é que podemos esperar outro”, evidenciando novamente o aspecto de Pelé falar de si mesmo como se fosse outra pessoa.

Algumas frases são utilizadas para mostrar por meio da metáfora que o Rei pode ser também um pouco plebeu: “Se por acaso você achar que eu estou velho, me chama de senhor; se continua achando que eu tô bem fisicamente, chama do que vocês sempre chamaram”. Essas frases servem para evidenciar uma pessoa simples, bem humorada, para aproximar Pelé dos ‘meros mortais’. Mas isso por um motivo. Mesmo que Pelé esteja em um patamar superior, o brasileiro pode, assim, se enxergar na figura do ex-atleta. Ele é o ‘nosso’ Rei. Barthes, ao falar do mito de escritor na sociedade francesa, afirma que ao ‘humanizar’ esse escritor, falando que ele também gosta de beber ou comer, torna ainda mais ‘milagrosos’ os seus feitos: “Atribuir publicamente ao leitor um corpo bem carnal [...] equivale a tornar a nossos olhos os produtos de sua arte ainda mais milagrosos e de essência mais divina” (BARTHES, 1972, p. 25).

Na continuação da matéria, o repórter narra: “Depois de tudo isso, o que mais ele podia querer?”. De forma bem humorada, o jornalista inicia uma lista de coisas que o Rei poderia querer, como carros, mulheres e chapéus com imagens dos respectivos desejos. São então proferidas as seguintes frases: “Ele podia querer tudo isso e a gente não ia e nunca vai achar isso ridículo. Sabe por quê? Porque ele é o cara. Ele é o Rei”. O repórter segue afirmando: “O Pelé pode. Sabe por quê? Porque ele é Pelé. E Pelé é isso também, simples assim”. Identificamos nessas frases uma forma de constituição de mito que Barthes chama de tautologia. “A tautologia é um procedimento verbal que consiste em definir o mesmo pelo mesmo. [...] ‘é assim, porque é assim’” (BARTHES, 1972, p. 172). O repórter faz essas afirmações de maneira impositiva que Pelé pode porque ele é Pelé, sem questionamentos, é assim porque é assim. Afinal, ele é Rei e um Rei pode fazer o que quiser.

No dia 22, temos uma demonstração de que realmente o Rei pode fazer o que quiser, ou seja, Pelé, nos termos de Barthes, pode ser retirado de seu campo de significações e ser permeado por outros. O Globo Esporte Rede apresentou uma matéria de dois minutos e 22 segundos sobre o ‘cantor’ Pelé. Novamente, a esfera de significações foge a do esporte, do futebol, do ex-atleta, para colocar Pelé como cantor. A narrativa jornalística é construída exaltando o fato de Pelé saber cantar em contraponto com falas de Pelé que nega que tenha tal habilidade.

“Talvez eu não morresse de fome, mas não daria muito, não. Porque eu gosto de música, gosto de fazer. Infelizmente não posso cantar porque reconheço que minha voz não dá pra isso, mas” Como assim? Não é verdade. Além de tudo isso que ele fez dentro de campo. Sim senhor, ele canta! Com vocês: Pelé Hit Parade. (GLOBO ESPORTE)

Nesta matéria, não há preocupação em manter a pretensa parcialidade difundida pelos manuais de jornalismo. O repórter se mostra um súdito diante de um Rei, insistindo em falas de exaltação e idolatria, enquanto que as músicas posteriormente mostrarão um Pelé se colocando em oposição. Já as falas de Pelé servem para mostrar ao telespectador que ele ‘não possui uma boa voz’, e que ele é humilde em relação à homenagem feita pelo jornalista. É perceptível também um tom de ironia durante a narração: “1971, ano em que saiu da seleção, Pelé deu uma entrevista reveladora: ‘Eu sou um horrível cantor’”. A palavra ‘reveladora’ incita no leitor a espera por uma fala polêmica, importante no contexto do futebol. O que não se concretiza. Pelé pode ter falhas, mas não dentro do campo.

Então, tem início o *Top Five* de músicas de Pelé, lista característica de programas musicais. Surge na tela uma logomarca com o rosto de Pelé e uma fala com o número de seus ‘sucessos’ em ordem decrescente. Ao fim da matéria, chama a atenção certo desconcerto por parte do apresentador, que tenta justificar a reportagem em um programa jornalístico, já que a temática escolhida não fala do jogador Pelé, e não fala de esporte: “Aniversário é assim mesmo, gente, tá valendo a homenagem, pode cantar sim aqui no Globo Esporte. Parabéns ao Rei Pelé pelo aniversário”.

No mesmo programa do dia 22, o apresentador dá notícias sobre homenagens que o Pelé receberá em comemoração ao seu aniversário. Na tela aparece uma notícia do site do programa¹⁹ e o apresentador a narra. A notícia é sobre a homenagem que o Santos Futebol Clube, time onde Pelé jogou, faria a ele. No site do clube foi criada uma enquete para escolher qual jogador do time usaria a camisa número 70: “E o Neymar, é claro, está na frente com 80% dos votos. Neymar se diz orgulhoso de vestir a camisa 70”, diz o repórter. A ênfase dada na ‘obviedade’ da escolha de Neymar é devido ao fato do atleta jogar no clube onde Pelé jogou e ter constantemente o seu estilo de jogo comparado ao do Rei pela imprensa. Isso nos permite retomar a discussão sobre um aspecto recorrente no jornalismo esportivo, que é a necessidade da criação de novos ídolos.

O nome de Pelé é sempre lembrado para comparações e evidencia essa necessidade. Neymar não é o primeiro e nem será o último a ser chamado de ‘novo Pelé’. Podemos ilustrar de diversas formas esse fato. Petermann (2007), analisando em seu artigo uma das capas da revista Época, que mostra uma foto de Ronaldinho Gaúcho e embaixo a chamada “Melhor que Pelé?”, afirma que:

[...] Ronaldinho Gaúcho é colocado em uma esfera de significações que o compararam com o jogador Pelé. Nesse caso, os sentidos permanecem no campo semântico do futebol, no entanto, os do primeiro sistema, de Ronaldinho Gaúcho como jogador de futebol, são atravessados pela construção que parte da necessidade que um novo mito surja. Sendo assim, uma possível interpretação aponta que essa construção circula nos significados de que não basta que ele seja Ronaldinho Gaúcho, jogador, mas que ele seja tão bom quanto e que tenha tantos fãs quanto Pelé. (PETERMANN, 2007, p.8)

Essas comparações são feitas rotineiramente e nelas Pelé é sempre sinônimo de herói, de bom atleta, de carreira bem administrada, é o exemplo que os atletas têm a

seguir, ou melhor, é um ideal a ser atingido. Ainda sobre comparações entre Neymar e Pelé, o jogador de futebol Robinho proferiu a seguinte frase em notícia no site do Globo Esporte datada de 23 de junho de 2011: “O Pelé é o Rei do Futebol. Todo escurinho que aparece no Santos as pessoas já chamam de Pelé. Mas a gente precisa saber diferenciar isso porque o Pelé foi um mito. Igual ao Pelé não teve nem vai ter”. A frase evidencia a retroalimentação do mito instigada pela imprensa. Enquanto o jornalismo continua insistindo nas comparações relativas a Pelé as respostas também se repetem, e nelas o mito é realimentado.

Após a notícia de que Neymar iria homenagear o Rei, entra uma fala do técnico do Fluminense no período, Muricy Ramalho: “Todo mundo que quiser prestar homenagem ao Pelé, tem que prestar, porque ele é o Rei mesmo. Se eu puder fazer alguma coisa na minha camiseta de jogo com certeza eu vou fazer”. O jornalismo se utiliza da fala de um técnico vitorioso, para incentivar as homenagens a Pelé nos jogos do campeonato brasileiro, e novamente percebemos a via de mão dupla do parágrafo anterior. A reafirmação é mútua. O jornalismo amplifica o mito, mas ele se expande na sociedade. Porém segundo Barthes, é impossível definir essa expansão:

Alguns mitos oscilam: onde eles vão se expandir? Na grande imprensa, no capitalismo do subúrbio, nos salões de beleza, no metrô? A geografia social dos mitos continuará difícil de estabelecer enquanto não existir uma sociologia analítica da imprensa (BARTHES, 1972, p. 170)

No dia 23, data em que Pelé completou 70 anos, duas matérias em homenagem ao Rei passaram no Globo Esporte, uma no Globo Esporte SP e outra no Globo Esporte Rede. A matéria do Globo Esporte Rede possui quatro minutos e 17 segundos de duração²⁰. A reportagem se passa numa escola do Rio de Janeiro, e tem as crianças como principal foco, utilizando suas falas para guiar a reportagem, e usando-as principalmente para trabalhar a ideia de passado e futuro, e nessa perspectiva inserir o mito Pelé.

O repórter inicia perguntando as crianças quais são os seus ídolos, e diversos nomes do futebol atual são citados. Depois ele indaga: “Alguém aí já ouviu falar num tal de Pelé?” e obtém algumas respostas das crianças: “O maior jogador da história do

²⁰ O tempo médio de duração de reportagens da televisão varia de 1 a 2 minutos, quando dentro de um telejornal só ultrapassa essa quantidade de minutos se o assunto exige. (VILLELA, 2008, p.35) O Globo Esporte, porém, como se caracteriza pela mistura de jornalismo com entretenimento, dedica tempos maiores as suas reportagens.

futebol”, “Ele era o craque da seleção de 70”, “Ele era um gênio da bola”. Essa característica se mantém durante toda a reportagem, com o repórter fazendo perguntas como: “Qual é nome de Pelé?” e “Onde Pelé nasceu?”, seguidas das respostas das crianças. Nenhuma dessas crianças viu Pelé jogar, mas todas sabem quem é ele, o que ele fez, qual seu nome e até onde ele nasceu. A reportagem se utiliza das crianças para nos mostrar que o mito de Pelé continua mais vivo do que nunca. E o repórter transmite mais informações ‘ensinando’ e repassando o mito adiante: “Pelé é o tema dessa aula na Escola Sá Ferreira no Rio de Janeiro [...] Todo mundo anotando: 1985 gols na carreira, deca campeão paulista pelo Santos, pentacampeão da Taça Brasil e Tricampeão mundial com a nossa seleção”.

Se não existissem as reafirmações, reatualizações por parte da população e principalmente por parte da mídia, os mitos poderiam desaparecer, como afirma Barthes: “Não existe nenhuma rigidez nos conceitos míticos: podem construir-se, alterar-se, desfazer-se, desaparecer completamente. E é precisamente porque são históricos, que a história pode suprimi-los” (BARTHES, 1972, p. 142).

Na continuação da matéria, o ex-atleta Carlos Alberto Torres, capitão da seleção brasileira na Copa do Mundo de 1970 e amigo de Pelé, aparece na escola para conversar com as crianças. Nas perguntas dos alunos e nas respostas de Carlos Alberto, mais reverências, tanto ao futebol do atleta – “Eu via o Pelé fazendo coisas que às vezes a gente olhava pros companheiros e pensava ‘Será que ele tá fazendo isso?’” –, quanto a personalidade dele – “Normalmente ele vinha alegre com um violão já cantando” –. A aliança feita nesta matéria entre passado e futuro evidencia a frequente manutenção do mito de Pelé no jornalismo esportivo. As crianças, que tiveram uma aula sobre Pelé, agora podem continuar repassando os conhecimentos, para manter vivo o mito.

A frase que inicia esse artigo também dá início à matéria veiculada no dia 23 de outubro no Globo Esporte SP: “Olha só: ele é o cara. Ele é O CARA. Ninguém pode duvidar, mas ninguém mesmo. É fato e contra fatos não há argumentos”. Perante o mito Pelé, o jornalista rende-se, não questiona. É perceptível, nessa fala e também em alguns momentos de outras reportagens, o que Barthes diz em relação a simples ‘constatação’: “[...] o universalismo, a recusa de explicação, uma hierarquia inalterável do mundo” (BARTHES, 1972, p. 174).

Depois da frase que inicia a reportagem, o jornalista conta que durante a semana, foi criada uma campanha pelo *twitter* do Globo Esporte para os telespectadores enviarem frases que “provam que o Rei é o Rei” com a *hashtag* #peléfacts. Os ‘facts’ são

difundidos pelas redes sociais, geralmente para falar de uma pessoa importante, grandiosa. Nas frases, essa pessoa faz coisas impressionantes, sempre utilizando ironia e até mesmo sarcasmo.

Uma frase de telespectador é narrada pelo jornalista, e então imagens de Pelé aparecem sucessivamente até o fim da matéria. “O mundo só começou a girar depois que Pelé tropeçou numa pedra”; “Quando Pelé nasceu, o médico gritou: GOOL”; “O mundo só não vai acabar em 2012 porque Pelé quer ver a copa de 2014”; “Pelé é tão bom que até o Edson pediu autógrafo”.

As frases, mesmo irônicas, não destroem o mito. Ao contrário, elas evidenciam a simultaneidade do real e irreal. Os telespectadores sabem que as frases não retratam a realidade, mas elas servem para manter a ideia viva de que o atleta é bom, é gênio, é importante.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentre muitos ídolos do futebol brasileiro, nenhum se destacou como Pelé. Mas somente isso não o torna um mito. O que o torna mito é acima de tudo o fato de sua figura ter alcançado uma dimensão tão grande que foi retirada de seu lugar de origem, do esporte, do futebol e colocada em diversos outros, como a música, o cinema, a política. Hoje em dia ele, que já foi um atleta, é um produto. Esse uso da sua figura, sua imagem que atende as necessidades de uma classe dominante, corrobora com a hipótese inicial de que o mito Pelé se encaixa no mito postulado por Roland Barthes.

O jornalismo esportivo, devido principalmente a sua linguagem, cria e destrói amores e desamores por esse ou aquele personagem. O esporte carece de ídolos, e Pelé é utilizado constantemente para comparações com novas promessas, na esperança de que surja um novo herói nacional. Os jogos de interesses por trás deste ou daquele atleta são diversos e o jornalismo tem papel fundamental na perpetuação dos novos e velhos ídolos.

Se, tal como afirma Barthes, a insistência num comportamento revela a sua intenção, verificamos que o jornalismo esportivo trabalha incessantemente para a reafirmação de Pelé como ídolo, gênio, herói. Para esse fim, se utiliza de processos de afirmação do mito, como a constatação e a tautologia. Além de comparações de Pelé com a realeza, o repasse do mito às crianças, a seleção de falas de reverência escolhidas, e o posicionamento do repórter em relação ao Pelé.



O mito pode desaparecer, como de fato muitos já desapareceram dentro do esporte. Dessa maneira, pudemos perceber que o jornalismo esportivo atua para manter vivo o mito Pelé. Nas reportagens em homenagem ao atleta percebemos que Pelé está acima de qualquer pretensa objetividade jornalística. Pelé é exaltado ao extremo, é elevado a um patamar superior, ele pode tudo. O ápice desta afirmação é a utilização de Pelé para fazer um *top five* musical em um programa dito jornalístico. A imprensa tem consciência da exacerbação desse mito, que de fato é um mito construído, e se utiliza disso em diversos momentos nas reportagens para ironizar o próprio mito. Mas isso não afeta o ‘mito original’.

O esporte é um produto de consumo potencializado pela mídia e são inúmeras as vozes que lutam por notoriedade dentro deste meio. O grande apelo popular do mito Pelé pode ter sido amplificado pelo próprio jornalismo, mas é uma via de mão dupla, pois garante um retorno em audiência, patrocínio e consumo, o herói vende, Pelé vende. Outro aspecto a ser ressaltado é de que o futebol faz parte da nossa ideia de brasilidade e ao realimentar o herói, realimenta a nossa fantasia de supremacia dentro deste esporte. A utilização e idealização do mito Pelé fortalece assim a nossa suposta identidade nacional.



REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difusão Européia do livro, 1972.
- COELHO, Vinicius. **Jornalismo esportivo** ed. 3. São Paulo: Contexto, 2009.
- BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006
- CASTELLO, José. **Pelé: os dez corações do Rei**. Rio de Janeiro: Edidouro, 2004.
Disponível em: <<http://books.google.com>>
- MENDONÇA, Sergio. **Comunicação e entretenimento: mídia e esporte na vida cotidiana**. Intercom, 2007. Disponível em: <www.adtevento.com.br> Acesso em: 20/04/11
- PETERMANN, Juliana. **Construindo o mito: A seleção Brasileira de Futebol em Época**. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 2007. Disponível em: <www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/.../R1409-1.pdf> Acesso em: 20/02/11
- BORELLI, Viviane. **O esporte como construção específica no campo jornalístico**. Intercom, 2002, disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/handle/1904/19083>> Acesso em: 20/01/11
- SILVA, Fernanda Mauricio. **Jornalismo esportivo como área específica na televisão: O pacto sobre o papel do jornalismo no Globo Esporte e Bate-Bola**. Revista Respom, 2005. Disponível em: <www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/.../R1509-1.pdf> Acesso em: 10/01/11
- CAMPOS, Wilson Peçanha Igreja. **Mitos e Arquétipos do Herói na Divulgação Esportiva e na Construção da Identidade**. Intercom, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2008/resumos/R9-0404-1.pdf>> Acesso em: 20/02/11
- SALAVISA, Diana Martins. **O mito**. FBAUL, 2006. Disponível em: <<http://aquele.do.sapo.pt/fbaul/3909mitoXX.pdf>> Acesso em: 20/02/11
- Reportagem Globo Esporte 21/10: **Pelé completa 70 anos nesse sábado**. Disponível em: <<http://video.globo.com/Videos/Player/Esportes/0,,GIM1360389-7824-PELE+COMPLETA+ANOS+NESTE+SABADO,00.html>> Acesso em: 22/01/11
- Reportagem Globo Esporte 22/10: **Cantor Pelé emplaca cinco hits no Globo Esporte**. Disponível em: <<http://video.globo.com/Videos/Player/Esportes/0,,GIM1361023-7824-CANTOR+PELE+EMPLACA+CINCO+HITS+NO+GLOBO+ESPORTE,00.html>> Acesso em: 22/01/11
- Reportagem Globo Esporte 22/10: **Muricy Ramalho, técnico do Fluminense, quer homenagear Pelé no domingo**. Disponível em: <<http://video.globo.com/Videos/Player/Esportes/0,,GIM1360977-7824-MURICY+RAMALHO+TECNICO+DO+FLUMINENSE+QUER+HOMENAGEAR+PELE+NO+DOMINGO,00.html>> Acesso em: 22/01/11
- Reportagem Globo Esporte 23/10: **Pelé 70 anos**. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=UyNiRhXTn3M&feature=related>>. Acesso em: 22/01/11
- Reportagem Globo Esporte SP: **Pelé 70 anos**. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=j15WnzO3Mzs>> Acesso em: 22/01/11