



Michael Phelps - mitologia da natação nas olimpíadas Ensaio sobre abordagens jornalísticas impressas¹

Fábio de Carvalho MESSA²
Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

RESUMO

Este artigo questiona os limites da enunciação jornalística e atém-se a alguns aspectos da cobertura do jornal *Diário Catarinense* a respeito de personagens específicos da natação mundial, dentre eles o nadador Michael Phelps. Faz-se uma crítica acerca dos rumos argumentativos das notícias, a partir de textos publicados no período de 8 a 18/8/08, com maior destaque aos do cronista esportivo David Coimbra, oficialmente membro da editoria de esportes do jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre/RS, correspondente das Olimpíadas em Pequim. O trabalho se atém ao conjunto do que é dito sobre o nadador. Foi examinada a cobertura do DC, que tinha como palco as sucessivas conquistas de medalhas do nadador. Foi feito também um levantamento da fortuna crítica sobre jornalismo especializado, que serviu de embasamento e constitui, portanto, parte da revisão de literatura.

PALAVRAS-CHAVE: natação, jornalismo esportivo, argumentação

INTRODUÇÃO

Um esporte como a natação preenche tão pouco espaço no jornalismo impresso. Para não dizer que é praticamente inexpressivo, é por decorrência das Olimpíadas que a natação aparece na cobertura jornalística, fragmentada em suas nuances nacionais, como é o caso, no Brasil, da predileção de enfoque sobre atletas de porte como o norte-americano Michael Phelps, os brasileiros Thiago Pereira e César Cielo.

Diante de um olhar histórico e panorâmico à trajetória da cobertura jornalística da natação no Brasil, percebe-se a tão pouco significativa produção de notícias, assim como a edição de grandes reportagens, cadernos, encartes, suplementos e revistas especializadas.

Atletas das mais diferentes modalidades esportivas geralmente são alvo da cobertura jornalística que, segundo regras próprias, transforma os mais distintos

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, mestrando do Programa de Pós-Graduação em Educação Física pela Universidade Federal de Santa Catarina (PPGEF/CDS/UFSC). Membro do Observatório da Mídia Esportiva (CDS/UFSC). E-mail: revistanetuno@yahoo.com.br.



registros em diferentes estratégias simbólicas e persuasivas. No que se refere à cobertura das Olimpíadas, um conjunto de fatores relativos a diversas culturas entram em cena e operam como condições de produção para as estratégias que a mídia resolve dela abordar e destacar.

A partir do conhecimento do que já foi publicado no Brasil nos últimos anos sobre natação, em veículos impressos especializados, constata-se que somente por ocasião das Olimpíadas é que se confecciona material informativo sobre este desporto, de tal forma a mitificar a imagem de determinados atletas, principalmente a de Michael Phelps, por ser o imbatível nas raias. O restante das abordagens resume-se a simples informações factuais ou sensacionalistas sobre as demais colocações e nacionalidades. Com isso reforça-se a idéia de que a angulação das matérias sobre natação durante grandes eventos como as Olimpíadas é essencialmente espetacularizadora, dando mais ênfase ao campo da mitificação da figura de atletas do que à confecção de produção crítica substancial sobre suas condições técnicas e seus desempenhos.

1. NATAÇÃO E INFORMAÇÃO SOBRE ESPORTE

A concepção de natação que elegemos para conduzir nossas discussões, enquanto atividade histórica e cultural:

[...] é toda a prática de atividade humana na água e na sua superfície, que exclui uma subordinação permanente à utilização de acessórios ou de artifícios para atingir uma autonomia sempre maior face ao meio e que se exprime por um desempenho [...] (CATTEAU & GAROFF, 1990, p. 65).

O desempenho pode ser apreciado, em função de critérios estéticos, de espaço e de tempo, como é o caso da natação sincronizada ou do balé aquático, que nos permite contemplar enquanto fenômeno artístico, para uma apreciação estética; comparado, quanto ao número de ações ofensivas coletivas bem sucedidas (pólo aquático); e medido, a partir de critérios de espaços, associados ou não ao tempo, profundidade ou duração em mergulho livre, distância percorrida a nado, velocidade em distâncias definidas segundo os modos impostos ou não pelas equipes ou indivíduos (natação esportiva). Estes últimos, comparado e medido dão conta do universo técnico e científico. Já a base filosófica está atrelada e circunscrita a essas configurações, pois



uma filosofia da natação exige um olhar especulativo pelas suas concepções artísticas e científicas.

A natação, portanto, se caracteriza pela existência do indivíduo num dado sentido, sejam elas constatadas, aceitas ou procuradas. Isso não inclui nem exclui obrigatoriamente a prática esportiva. Este aparece como o prolongamento lógico e não como a negação dos sucessivos estágios da aprendizagem. Isto quer dizer que a prática esportiva da natação é apenas uma decorrência.

Segundo Lage (2001), “a notícia esportiva é o jogo ou a disputa. Delas as pessoas tomam o conhecimento assistindo ao espetáculo ou a partir de resumos – os lances principais. Tudo mais é constituído de declarações e decisões, tomadas num clima de paixão, em torno das quais se propõem análises e prognósticos – a crônica desportiva”.

Se considerarmos, portanto, que a notícia é um fragmento de aparência, que se constitui a partir de uma ação, uma transformação ou uma enunciação, estaremos de acordo com o autor, principalmente quando o mesmo se refere à “perfumaria” das declarações (enunciações). Ao mesmo tempo, não podemos deixar de lado o que o mesmo considera ‘informação jornalística’, para substituir a designação ‘notícia’. A expressão ‘informação jornalística’ coincide com o conceito de reportagem (enquanto gênero de texto), embora também assuma formas de artigo, crônica ou crítica.

Informação jornalística é o espaço privilegiado da reportagem especializada. Uma peculiaridade dela é destinar-se a públicos mais ou menos heterogêneos. A máxima heterogeneidade obtém-se na audiência presumível de uma emissora de televisão em circuito aberto (audiência de massa) e a mínima heterogeneidade possível em jornalismo encontra-se entre os leitores de magazines ou sítios de Internet destinados a aficionados de uma atividade prática ou conhecimento – sobre engenharia naval ou surfe, por exemplo. É claro que, quanto mais específico o público, mais se pode particularizar a linguagem [...] (LAGE, 2001, p. 113).

É possível, então, distinguirmos, com mais precisão notícia de informação jornalística, conforme resenhas de Lage:

1. A notícia trata de um fato, acontecimento que contém elementos de ineditismo, intensidade, atualidade, proximidade e identificação que o tornam relevante; corresponde, freqüentemente, à disfunção de algum sistema – a queda do avião, a quebra da normalidade institucional etc. Já a informação trata de um assunto, determinado ou não por fato gerador de interesse.



2. A notícia independe, em regra, das intenções dos jornalistas; a informação decorre de intenção, de uma `visão jornalística´ dos fatos;
3. A notícia e a informação jornalística contêm, em geral, graus diferentes de profundidade no trato do assunto; a notícia é mais breve, sumária, pouco durável, presa à emergência do evento que a gerou. A informação é mais extensa, mais completa, mais rica na trama de relações entre os universos de dados;
4. A notícia típica é da emergência de um fato novo, de sua descoberta ou revelação; a informação típica dá conta de um estado-arte, isto é, da situação momentânea em determinado campo de conhecimento.

Ainda segundo o autor, há relação entre interesse jornalístico e abrangência de público para uma informação. Diz ele que quanto maior o interesse jornalístico, maior a abrangência do público a que a informação se possa destinar. Já a comunidade envolvida na especialidade será motivada não tanto pelo aspecto jornalístico de uma informação, mas por suas implicações puramente técnicas. Assim, a conquista de um campeonato de natação envolve, para o público em geral, curiosidade quanto à personalidade do atleta e ao ranking da disputa, enquanto, para o segmento dos especialistas em treinamento desportivo, será particularmente relevante a preparação do atleta, o ritmo das braçadas etc (LAGE, 2001, p.113).

Segundo Leandro (2004, p. 36), separar a pequena quantidade de notícia publicável em meio aos milhões de fatos e informações do cotidiano é a missão deste equipamento teórico, construído de maneira simbólica pelas equipes de jornalistas esportivos, com a intenção de atrair a notícia em sintonia fina e rejeitar os fatos menos relevantes na escala de valores. Os `radares´ das editorias de esportes captam as falas dos dirigentes dos clubes, dos atletas, dos treinadores e até dos líderes de torcidas organizadas, entre outras fontes, que também precisam de visibilidade para divulgar suas imagens e defender seus pontos de vista. Estas fontes fornecem informações não apenas porque devem exercer esta atribuição, mas em razão de seus interesses a preservar.

2. ATLETA: FONTE E MITO

Na maior parte das vezes, a figura do atleta surge como um herói, que serve de centralizador das atenções. Segundo Eco, quando o esporte, de jogo que era jogado em



primeira pessoa, se torna uma espécie de discurso sobre o jogo, ou seja, o jogo enquanto espetáculo para os outros. O discurso sobre o jogo é o primeiro passo para o processo de mitificação, no qual a personagem – o atleta - assume a cena como um protagonista de uma narrativa.

O que contagia o público é justamente esse discurso fabricado, pois “quem assiste ao esporte praticado pelos outros fica excitado, grita, se agita e, portanto, faz exercício físico e psíquico, reduz a agressividade e disciplina a competitividade” (Eco, 1994, p. 223). Assim o espectador assume a condição de voyeur do grande espetáculo.

E mito é uma fala, uma narrativa, um discurso que se constrói, tendo como objeto um fenômeno qualquer, um sujeito, um ato, um acontecimento. O mito é matéria-prima da mente, domina todas as construções dos homens, seja nas histórias, nas formas de organização social, política e religiosa. Os mitos representam estruturas da psique, os homens se organizam em função deles. Portanto, o mito não é especificamente o sujeito enfatizado, mas sim o que se diz dele, a narrativa construída a seu respeito, que se historiciza e se calcifica na cultura³.

É a estética da competição, o condicionamento do corpo e dos movimentos para a ação, uma forma de beleza a serviço da utilidade, do desempenho, da eficácia. A estética da competição passou a ser o momento supremo do desporto como expressão⁴. Por isso, hoje existe o mito da competição. Esse mito revela a face simbólica do homem, sua divisão entre analisar ou julgar, sua ânsia ética, de solidariedade, de valor, sempre projetada em suas preferências.

O esporte emerge e fulge em épocas de paz por ser forma de canalizar, através do mito, produtivamente, a agressão. Quanto mais paz, mais esporte. A esta tendência do espírito humano apõe-se, hoje em dia, uma época na qual as comunicações possibilitam a co-participação de toda a humanidade nos acontecimentos internacionais. O esporte ganha características universais de principal elemento catártico coletivo de emoções agressivas reprimidas; fenômeno que não mais se dá, apenas, ao nível dos que participam das competições, os atletas, mas por extensão e contágio, com todos os que dele podem se beneficiar através das projeções e identificações facultadas pelos meios de comunicação.⁵

³ Sobre mito, além das abordagens antropológicas (Levi-Strauss) e filosóficas (Ernest Casirer e Mircea Eliade), podemos deparar com os instigantes ensaios de Roland Barthes, em *Mitologias*, São Paulo: Difel, 1999.

⁴ Ver Távola, Artur da. *Comunicação é Mito*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1985, p. 280.

⁵ Idem, p. 284.



O leitor/espectador não quer entender o esporte, não quer aprofundar os saberes sobre os esportes. Ele quer apenas uma divulgação de factóides acerca dos jogadores, equipes, técnicos, dirigentes, autoridades, campeonatos, olimpíadas, copas etc. Só se quer ficar a par dos escores dos jogos e também (pra não dizer principalmente) ler “notícia” de esporte como quem lê matérias de fofocas de revistas da tevê, sobre a vida de seus ídolos, para, quem sabe, poder acompanhar as coberturas que priorizem picuinhas, conflitos na vida privada, escândalos...O que se tem construído, na verdade, é uma cadeia de mitificações cíclicas, viciadas, que todos nós, jornalistas e leitores, acatamos e achamos que esse é o jornalismo esportivo.

As notícias de esporte e as descrições dos jogos (*matches*) se referem a fatos abertos, ou seja, assistidos por numerosas testemunhas. Essas testemunhas são, em sua maior parte, apaixonadas. Além disso, os próprios jornalistas também têm grande admiração por algum clube ou atleta, buscando instintivamente exaltar em demasia os seus feitos, assim como desculpar os seus erros. Tal ocorrência constitui-se em empecilho à tão esperada objetividade, veracidade e imparcialidade.

Umberto Eco diz que o esporte é um desperdício calculado, um encobrimento do problema, um bate papo elevado ao grau do tumor. Para o autor, ocorre no esporte midiático a aberração máxima da função fática da linguagem. A atividade esportiva acaba sendo dominada pela idéia de desperdício. Há o desperdício energético, em todo o gesto esportivo. Além disso, há o desperdício lúdico, próprio do jogo, no qual o homem tem a necessidade física e psíquica de jogar, exercê-lo significa ser livre e livrar-se da tirania do trabalho indispensável (Eco, 1984, p. 222).

A informação sobre esporte é o alimento para motivar cada vez mais a paixão do leitor/torcedor. O jornalismo esportivo diário é, na realidade, um jornalismo de variedades, amenidades, cujo tema não é o esporte em si, mas os seus conglomerados e actantes (personagens) que compõem essa rede mercadológica. Não existe, no jornalismo factual, informação sobre os esportes, existe propaganda sobre o esporte, publicidade de marcas e logos, propaganda ideológica sobre suas relações de poder. Sensacionalismo e merchandising.

As pautas das editoriais de esportes tentam se constituir a partir de uma “busca” de informação, dentro de um contexto monótono dos jogos e treinos. A informação buscada restringe-se à identificação de um furo jornalístico, geralmente para escandalizar, produzir material efêmero e dispensável. É só construção de imagens. Imagem dos atletas, das grifes e patrocínios, imagens da torcida.



Frente a esse quadro, não se quer, em essência, manifestar um repúdio ao jornalismo esportivo factual, agora seria tarde demais para expurgá-lo. Pelo contrário, já se parte do pressuposto de que há essa tendência praticamente irreversível, pois o público leitor já foi adestrado para isso. Seria como desiludi-lo de suas expectativas passionais. O que se pretende é tentar despertar outros ou novos ângulos de interesses ao leitor, a fim de suprir a demanda do conhecimento sobre os esportes.

A notícia é um produto, altamente promocional, é matéria paga tácita ou formalmente. O pagamento é a relação estabelecida entre fontes, patrocinadores, empresas de comunicação e leitores/espectadores. Já a reportagem busca angulações menos superficiais para a pauta, de tal forma a resgatar, recuperar, a informação e a sua pertinência, sua plausibilidade. Através da reportagem, pode-se investir em aspectos interpretativos e analíticos, promovendo a produção de conhecimento interdisciplinar. O leitor pode descobrir, se interessar e querer saber mais. As matérias podem assumir um caráter educativo, didático.

Nem quando há a cobertura efetiva de um jogo ou evento, a imprensa é capaz de descrever os lances do jogo com propriedade. Primeiro porque dificilmente se entende de fundamentos técnicos e táticos dos desportos. Segundo porque, pelo fato de desconhecer, só resta mesmo direcionar o olhar para os “problemas” do jogo, apontando fracassos das jogadas das equipes derrotadas.

A política editorial é a ideologia subjacente ao veículo de comunicação. Todo o veículo possui uma equipe que pensa, articula e codifica o que vai dizer e como vai dizer o que se quer comunicar. Nunca um veículo simplesmente informa como uma função em si mesma. Sempre há uma angulação mínima que diferencia a versão dos fatos, sempre há um enfoque pré-determinado. E isso faz parte mesmo da intencionalidade, pois não existe sujeito que se manifeste, que queira dizer algo e não esteja provido de uma intenção. Quem diz algo é porque quer, sim, interferir no processo interacional, quer adquirir adesões, conquistar espaço e tempo, distinguir-se entre tantos, marcando um diferencial. E esse diferencial se dá através da própria linguagem estabelecida.

Sabe-se que qualquer empresa jornalística, como qualquer outra disposta num regime capitalista, vê-se condicionada ao lucro para sobreviver, ficando exposta, portanto, a todos os tipos de pressão, desde os anunciantes até mesmo do governo legal, que vão lançando mão de uma série de restrições, como a recusa em conceder



empréstimos, a retirada de publicidade e até mesmo a censura. Essas limitações são consideradas os ‘filtros’, que podem ser de ordem externa e interna.

Os filtros externos seriam o conjunto de ressalvas políticas, ideológicas e econômicas que interferem diretamente na decisão dos editores e diretores das empresas jornalísticas, pois, já que a notícia é um produto à venda, é preciso segregar e supervisionar o quê se vai dizer e como dizer. Já os filtros internos, que ocorrem muitas vezes por decorrência dos externos, consistem em restrições de caráter prático da atividade jornalística que vai desde a seleção das pautas do dia até a palavra final de um editor ou de um projetista gráfico, no que se refere à construção dos textos, de sua titulação etc.

3. MICHAEL PHELPS NAS OLIMPÍADAS DE PEQUIM

a) *Phelps faz a História* - DC – 09/08/2008 – sábado

No caderno de sábado do DC, 9/8/2008, que já retratava a cerimônia de abertura, no canto direito da capa já constava a foto de Phelps, com a seguinte chamada: “Dia para conferir a fera Michael Phelps”. O que mostra bem a grande expectativa criada em torno do mito. A matéria anunciava a caída de Phelps na piscina, 400m medley, já no domingo, 10/8, pra tentar quebrar o recorde de seu compatriota Mark Spitz, ganhador de sete ouros nos Jogos de Munique, em 1972. Depois do lead da matéria, fez-se uma retrospectiva da última Olimpíada, quando Phelps chegou perto da marca de Spitz, conquistando seis medalhas de ouro – 200m e 400m medley, 100m e 200m livre, além de 4 x 100m medley, retornando do evento com oito medalhas, sendo duas de bronze – 200m livres e 4 x100 medley. Em seguida fazia-se o prognóstico de Phelps, que tentaria bater Ryan Lochte na prova que abria a busca pelo recorde. Ressaltava-se a marca de Phelps nos 400m medley, de 4min05s25. O texto encerra com uma declaração do atleta sobre os seus objetivos, além de comentar que ele não compareceu na cerimônia de abertura no Ninho de Pássaro, porque estaria se concentrando para a estréia. Anexos à matéria, havia ainda dois pequenos *leads*⁶ sobre natação, um sobre Thiago Pereira e outra sobre os demais co-adjuvantes das provas. Convém destacar o termo *co-*

⁶ *Lead* – termo originalmente da mídia em inglês, é o nome dado ao primeiro parágrafo de uma notícia, que responde preferencialmente às seis questões básicas: O quê? Quem? Onde? Quando? Como? Por quê?



adjuvante, que já propõe que os demais estariam todos em segundo plano, sendo o protagonista da competição o próprio mito Phelps.

b) Phelps Detona – DC – 11/08/2008 – segunda-feira

Na página 2 do Caderno Pequim 2008, a matéria de abertura expõe foto de Phelps com a seguinte legenda: “Depois do primeiro ouro, Phelps quer mais”. No lead especifica-se que o nadador iniciou “em grande estilo a caminhada rumo à ambiciosa meta de bater o recorde de sete medalhas de ouro em uma mesma edição de Jogos Olímpicos, pertencente ao norte-americano Mark Spitz, em Munique-1972”. Ainda no primeiro parágrafo comenta-se a vitória da primeira prova e a classificação para a final dos 200m livre na noite de 2ª feira. Mais adiante se registra que o tempo de 1min46s48 foi quase três segundos acima do recorde mundial, embora tenha destacado que Phelps teria “tirado o pé do acelerador” para guardar um pouco de energia para o extenso programa em que espera conquistar as oito medalhas. Segue uma declaração do atleta, em que comenta essa atitude de resguardo de energia, com outras observações sobre os “co-adjuvantes” brasileiros de outras provas e raias: Rodrigo Castro e Monique Ferreira.

c) Explosão Dourada – DC – 12/08/2008 – terça-feira

Na página 3 do caderno Pequim 2008, surge mais uma matéria de página inteira, foto grande com a seguinte legenda: “Nadador vibra com mais uma vitória”. Ressalta-se no lead o sonho de Phelps em tornar-se o maior medalhista de ouro numa mesma edição dos Jogos Olímpicos, quando no *Cubo D’água* conquistou o revezamento 4 x 100m livre com 3min08s24, levando a segunda medalha de ouro da competição. Em seguida há declarações do mesmo sobre a soberania dos EUA em relação à francesa: “Deixamos nossa natação falar por nós. Não reagimos às provocações. Só ficamos ainda mais animados”. A matéria segue o rumo retratando as controvérsias com as expectativas dos franceses, que teriam ficado atônitos com o resultado desfavorável, e que procurariam desculpas para justificar a derrota, deram ênfase à declaração do nadador francês Frederic Bousquet: “A experiência prevaleceu sobre o talento”.

O texto ainda segue nos dois últimos parágrafos tratando dos brasileiros, dentre eles César Cielo, Rodrigo Castro, Fernando Silva e Nicolas Oliveira, o quarteto que foi desclassificado nas eliminatórias dos 4 x 100m. A matéria encerra com a informação de



que Phelps levou medalha de ouro nos 200m livre, já acumulando a sua terceira da competição.

d) Phelps ganha o 10º ouro olímpico – DC, 13/8/2008 – quarta-feira

Na legenda da foto consta: “Imbatível, Phelps conquistou ontem o quarto ouro na China, todos com recorde”. O lead da matéria registra a vitória do atleta nos 200m borboleta, as outras colocações para o húngaro Laszlo Csech e o japonês Takeshi Maksudá, além do sétimo lugar pelo brasileiro Kaio Marcio de Almeida. O texto vai reforçando a consagração de Phelps como o maior campeão olímpico de todos os tempos, mostrando que ele ultrapassou os compatriotas Carl Lewis e Mark Spitz.

A matéria refere que o atleta já teria chegado à Pequim, obstinadamente disposto a superar suas marcas. Faz uma retrospectiva de suas conquistas anteriores e lança os prognósticos para as próximas provas. No último parágrafo, menciona a classificação do brasileiro César Cielo para a final dos 100m livre.

Há de se observar que no *Caderno Pequim 2008*, do DC, as matérias são distribuídas conforme as subeditorias (ou sub-seção), neste caso as diferentes modalidades esportivas. Na sub-seção *Natação*, o predomínio é de Phelps, embora no último parágrafo da matéria consta uma informação sobre a situação do nadador brasileiro César Cielo.

e) O Grande Campeão – Capa DC – 14/08/2008 – 5ª feira – matéria de David Coimbra – enviado especial/Pequim

Na capa, a legenda da foto diz: “Atleta premiado da história das Olimpíadas, Phelps não chega a ser assustador, mas é um homem feio. Ele tem gogó encaroçado, nariz do tamanho de um celular, orelhas de abano e caninos de vampiro”.

Abaixo desse texto-legenda, há três outras chamadas, uma sobre o futebol, outra sobre o atletismo e a terceira sobre César Cielo e a medalha de bronze.

Vale a pena atentar para o fato de David Coimbra ser um cronista esportivo reconhecido, da redação do Jornal Zero Hora, de Porto Alegre, de que seus textos possuem uma qualidade estilística e literária bem diferente dos textos de outros cronistas e comentaristas esportivos também considerados “cronistas”. Percebe-se sua façanha literária justamente nessa tentativa de estabelecer parâmetros comparativos



(icônicos) entre partes do corpo, rosto do atleta, e utensílios domésticos e eletrônicos. Só que este tipo de argumentação invalida bastante o potencial de convencimento do texto de David Coimbra, pois vai revelando, aos poucos, uma certa frustração desse jornalista brasileiro em retratar um campeão norte-americano. Pensa-se que o personagem da matéria poderia ter sido elucidado a partir de suas qualidades físicas, suas habilidades motoras, suas condições biomecânicas e fisiológicas.

f) Capa do Caderno Pequim 2008 – 14/8/2008 – 5ª feira – “O Dono do Cubo”

No mesmo dia, Phelps centraliza a capa do caderno Pequim 2008, com esse desígnio “O Dono do Cubo”, que se refere ao nome dado à piscina no complexo esportivo – o *Cubo D’Água*. Na legenda da foto da capa consta: “Michael Phelps pulveriza recordes na mesma proporção em que conquista medalhas de ouro, além de acumular marcas para consolidar-se como o maior vencedor da história olímpica”. Também percebe-se bastante familiaridade com a linguagem conotativa, própria de um cronista, ao estabelecer comparações entre conquistas recordes e adquirir medalhas, além do verbo “pulverizar” bastante sugestivo e figurativo. Apenas não se sabe se quem elabora e legenda a foto é o mesmo autor da matéria, no caso, o cronista David Coimbra.

Digamos que este é o núcleo de nossa análise. O que propriamente nos chamou a atenção para a escolha desse tema monográfico não foi apenas a gradação da cobertura jornalística do Diário Catarinense sobre natação, enfocada no desempenho de Phelps, mas o texto de David Coimbra em especial. Este texto é que gera uma certa inquietação, pois se percebe facilmente uma inclinação ideológica do autor em querer desmerecer, desdenhar a figura do atleta, restringindo-se a características físicas, pra não dizer estéticas, que pouco importam e têm relevância com o que se tem, de fato, que registrar. A especulação jornalística despenca diante de tantas colocações que expõem um juízo de valor particular do autor, querendo desmerecer o atleta, como se reafirmasse um sentimento de frustração diante da vitória permanente do atleta norte-americano, em detrimento do “fracasso” dos nadadores brasileiros.

Então, diante dessa “obrigação” em ter de cobrir e reportar sobre um personagem do qual não se simpatiza, encontra-se o pior dos recursos – ou seja essa linguagem conotativa, bastante criativa, mas oca de informação e conhecimento. É evidente que o cronista cumpre a sua função de persuadir o leitor, mas nunca de convencê-lo, pois



palavras figuradas não convencem leitor algum, apenas instigam a uma concordância coletiva, a uma formação precipitada de opinião. E o que importa a aparência estética de Michael Phelps? A quem interessa? E isso não é tudo. A matéria em si, dentro do caderno, ainda ocupa a páginas centrais (6 e 7) com o título: “O Homem Feio”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebemos que a fala jornalística, principalmente a do cronista esportivo David Coimbra, transformou o corpo do atleta e as suas diversas qualidades técnicas e simbólicas num corpo-objeto de um discurso difamador, desdenhoso e recalcado.

As construções enunciativas operam pelas seguintes estratégias: a articulação de títulos e manchetes conotativas que exprimem juízo de valor dos repórteres e redatores sobre o personagem retratado; as fotos escolhidas para acompanhar essas matérias, assim como suas legendas; e por fim o conteúdo dos textos, que expressam várias inclinações morais e ideológicas dos repórteres e redatores em relação ao objeto discursivo especulado.

Sem se limitar a apenas reportar e descrever os êxitos do atleta, os jornais e revistas desdobram-se em uma série de juízos de valor e adjetivações incompatíveis com a seriedade jornalística recomendada pelos manuais de redação, pelas políticas editoriais e por princípios éticos da profissão.

As matérias explicitamente se deslocam do caráter informativo e se inserem num espectro vexatório que procura justificar, de maneira pouco analítica, o segredo da boa performance do atleta Michael Phelps.

REFERÊNCIAS

CATTEAU, R. & GAROFF, G. **O Ensino de Natação**. 3ª edição. São Paulo: Manole, 1990.

ECO, Umberto. **Viagem na Irrealidade Cotidiana**. 7ª edição. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

LAGE, Nilson. **A Reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2001.



LEANDRO, Paulo Roberto. O processamento da notícia esportiva no jornalismo impresso. **Pauta Geral:** revista de jornalismo, Salvador, Ano 11, n. 6, Calandra, 2004.

TÁVOLA, Artur da. **Comunicação é Mito.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.