

**CRISTIANO MEZZAROBÀ**

**ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS NO AGENDAMENTO DO ESPORTE NA MÍDIA:  
O VOLEIBOL MASCULINO DO BRASIL EM ATENAS 2004**

**FLORIANÓPOLIS  
NOVEMBRO DE 2004**

**CRISTIANO MEZZAROBA**

**ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS NO AGENDAMENTO DO ESPORTE NA MÍDIA:  
O VOLEIBOL MASCULINO DO BRASIL EM ATENAS 2004**

**Trabalho de Conclusão de Curso realizado na  
Disciplina Seminário de Monografia de  
Licenciatura em Educação Física da  
Universidade Federal de Santa Catarina.**

**Orientador: Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires**

**FLORIANÓPOLIS  
NOVEMBRO DE 2004**

## **TERMO DE APROVAÇÃO**

CRISTIANO MEZZAROBA

### **ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS NO AGENDAMENTO DO ESPORTE NA MÍDIA: O VOLEIBOL MASCULINO DO BRASIL EM ATENAS 2004**

Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Licenciado no Curso de Licenciatura em Educação Física, Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, pela seguinte banca examinadora:

---

Giovani De Lorenzi Pires (Orientador)  
Departamento de Educação Física, UFSC

---

Ricardo Lucas Pacheco  
Departamento de Educação Física, UFSC

---

Mariana Mendonça. Lisbôa  
Especialização EF Escolar, CDS/UFSC

---

Fernando Bitencourt  
CEFET, Unidade São José/SC

Florianópolis, novembro de 2004.

(...)

*Não me entrego sem lutar –  
Tenho ainda coração.  
Não aprendi a me render:  
Que caia o inimigo então.*

*- Tudo passa, tudo passará.*

*E nossa estória não estará pelo avesso  
Assim, sem final feliz.  
Teremos coisas bonitas para contar.*

*E até lá, vamos viver  
Temos muito ainda por fazer.  
Não olhe para trás –  
Apenas começamos.*

*O mundo começa agora –  
Apenas começamos.*

**Renato Russo**

Chegou-se ao fim de uma etapa. Mas ao início de outras...  
Pai (“Seu” Osmar), Mãe (“Dona” Maria), Juli e Olavo: dedico a vocês!

## AGRADECIMENTOS

Chega-se o momento de lembrar e agradecer àqueles que, de alguma forma ou de outra, deram sua contribuição não só com relação à Monografia, mas em todo meu percurso acadêmico, no decorrer destes últimos quatro anos. Últimos anos estes que me permitiram amadurecer muito, ao mesmo tempo em que mostraram o quanto ainda devo “crescer”.

Espero não esquecer de ninguém...

Começo agradecendo a Deus, que nos possibilita a vida, o que a gente é e tem.

Quatro pessoas foram/são/e sempre serão importantíssimas na minha vida: meu Pai, Osmar; minha Mãe, Maria Telma; minha irmã, Juliana (Jú) e meu irmão, Olavo (Lavinho). Vocês não me ajudaram a discutir textos, a digitar trabalhos, a preparar aulas ou a fazer o TCC e coisas assim – mas foi graças a outro tipo de ajuda, muito mais importante, vinda de vocês, que consegui fazer essas coisas e agora me formo.

Gostaria também de agradecer aos amigos e às amigas que tive a oportunidade de conhecer aqui em Florianópolis – pessoas que ingressaram no Curso comigo e que sempre terei um carinho muito grande: Clarissa (Kissa); Elisa (Lilica); Luiz Adroaldo; Guilherme (Gui); Lê (Leandro); Karla (Karlina); Janaína (Jana); Carina Gonçalves; Mariana (Mari “Galenha”); Helena (“com H”); Fê (Darella); René (Renildo); André (Drupe); Antonio (Tonho); Nilton (Coral); Kariny (Velasques); Karine (Marques); Marcelo (Musu); Carlos Eduardo; Fé (Ávila); Suel (“Sueli”); Mirian; Carmen; Wagner; Daiene; Rangel; Melina (Mel); Josué; Ângela; Rodrigo e Joni.

Agradeço a todos(as) professores(as) que tive contato – saibam que, *bons ou maus*, tiveram uma grande contribuição na minha formação: Prof. Giovani De Lorenzi Pires (em especial, pois, além de Professor, foi Tutor, Orientador e um grande exemplo); Prof<sup>a</sup> Ana Márcia Silva; Prof<sup>a</sup> Cristiane Ker; Prof<sup>a</sup> Albertina Bonetti; Prof<sup>a</sup> Iara Damiani; Prof<sup>a</sup> Marcelle Martins; Prof<sup>o</sup> Ricardo Pacheco; Prof<sup>o</sup> Ubirajara Oro; Prof<sup>o</sup> José Luiz Crivilatti; Prof<sup>o</sup> Juarez Nascimento; Prof<sup>a</sup> Edna Silva; Prof<sup>a</sup> Iracema Soares; Prof<sup>o</sup> Carlos Cardoso; Prof<sup>o</sup> Sidney Farias; Prof<sup>a</sup> Doroti Martins; Prof<sup>o</sup> Markus Nahas; Prof<sup>a</sup> Maria de Fátima Duarte; Prof<sup>o</sup> Elenor Kunz; Prof<sup>o</sup> Edson Roberto de Sousa; Prof<sup>o</sup> Maurício; Prof<sup>a</sup> Natacha Janata; Prof<sup>o</sup> Fábio Machado Pinto (“Bagé”); Prof<sup>o</sup> Edgard Matiello; Prof<sup>o</sup> Paulo Capela; Prof<sup>a</sup> Vera Amaral;

Profº Viktor Shigunov; Profº Osni Jacó; Profº Jolmerson de Carvalho; Profº Júlio Schmidt; Profª Nívea; Profº Adilson Monte; Profº Alex; Profº Luciano Fernandes; Profª Rosane Rosendo; Profº Paulo Macedo; Profº Edson Ledoux; Profº Juarez Muller; Profª Saray e Profº Nelson Aguiar.

Importante também agradecer à Instituição PET – Programa Especial de Treinamento, (quando entrei) e que hoje continua sendo PET, mas Programa de Educação Tutorial. Tive a oportunidade de conhecer e conviver com muitas pessoas, com personalidades muito variadas, que também me ajudaram muito nesta caminhada (vou procurar descrever em ordem de “velhice”): Alvacir, Jaison, Silvana, Gi Torri, Miwa, Mari, Roger, Helena, Juliano, Iracema, Jana, Gui, Elisa, Michelle, Sarkis, Lila, Rê, Cecília, Fabi; Vitor, Rafael (Hiroshi), Rafael (Gaspar), Arthur e Rafael (Góes). Agradeço o ex-Tutor, Profº Júlio, e o “atual”, Profº Giovani.

Agradeço também aos amigos que moraram comigo na *Ilha*: Kavanha, Dódi, Rafa, Tonho, e atualmente, Lê e Marçal (este também pela “revisão”) – na difícil arte de (con) viver.

Aos amigos(as) que ficaram torcendo por mim na Região da “Grande” Jacutinga... Continuem torcendo! Ah, não posso esquecer dos(as) gatos(as) lá de casa que sentiram falta de mim e eu deles(as)(heheheehhe).

Também gostaria de agradecer algumas pessoas/instituições como: Fundação Municipal de Esportes (Vinícius/Tonico); Escola Beatriz de Sousa Brito (Profª Isabela); Colégio de Aplicação da UFSC (Profº César); SESC-SC (Gabriel); ELASE (Fernando Faquin), João Freitas (Ironman), Profº Edson (Volta à Ilha), Giba (NDI-UFSC), LABOMÍDIA (a todos) e principalmente, à UFSC, por tudo que me possibilitou.

Meus agradecimentos também à banca: Profº Fernando Bitencourt; Profº Ricardo Lucas Pacheco e “Mestranda” Mariana Lisboa.

E àqueles que, porventura, eu tenha esquecido...

MEU MUITO OBRIGADO!!!

## SUMÁRIO

<b>RESUMO</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	01
1.1 OBJETIVO E QUESTÕES NORTEADORAS DA PESQUISA .....	04
1.2 JUSTIFICATIVA .....	05
1.3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	07
<b>2 BASES TEÓRICO-METODOLÓGICAS</b> .....	09
2.1 O VOLEIBOL: ORIGEM, TRAJETÓRIA E CARACTERÍSTICAS .....	09
2.1.1 A origem norte-americana do vôlei .....	09
2.1.2 O vôlei no Brasil: trajetória e transformações .....	13
2.2 A MÍDIA ESPORTIVA: APROXIMANDO-SE DE SUAS TEORIAS .....	20
2.2.1 Os estudos das mudanças a curto prazo das comunicações de massa e a compreensão que se tem atualmente dos efeitos a longo prazo .....	20
2.2.2 Compreendendo a “agenda” ou “agenda-setting” .....	21
2.2.3 A circularidade circular da informação e a “falação esportiva” .....	24
2.2.4 O jornalismo esportivo .....	26
2.2.5 O agendamento no esporte: conceitos e características .....	27
2.3 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA .....	31
<b>3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS</b> .....	35
3.1 PERÍODO PRÉ-OLIMPÍADAS: AS CATEGORIAS E SEUS RESPECTIVOS CONTEXTOS .....	37
3.1.1 Laboratório .....	37
3.1.2 Favoritismo .....	41
3.1.3 Estilo Bernardinho .....	45
3.1.4 Retrospecto .....	50
3.2 PERÍODO OLÍMPICO: AS CATEGORIAS E SEUS RESPECTIVOS CONTEXTOS .....	52
3.2.1 Família Bernardinho .....	52
3.2.2 Missão Atenas .....	55
3.2.3 Retrospecto .....	58
3.2.4 Favoritismo .....	62
3.3 AS CATEGORIAS DA <i>FOLHA DE SÃO PAULO</i> EM OUTROS MEIOS .....	64
3.4 INTERPRETAÇÃO DOS SIGNIFICADOS DAS CATEGORIAS: EM BUSCA DE UMA SÍNTESE POSSÍVEL .....	65
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	70
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	74
<b>BASE DOCUMENTAL</b> .....	77
<b>ANEXOS</b> .....	84
ANEXO 1: FSP, 04/06/2004 (“ <i>Laboratório</i> ” – Período Pré-Olimpíada) .....	85
ANEXO 2: FSP, 31/05/2004 (“ <i>Favoritismo</i> ” – Período Pré-Olimpíada) .....	87
ANEXO 3: FSP, 14/06/2004 (“ <i>Estilo Bernardinho</i> ” – Período Pré-Olimpíada).....	90

ANEXO 4: FSP, 19/07/2004 (“ <i>Retrospecto</i> ” – Período Pré-Olimpíada) .....	93
ANEXO 5: FSP, 15/08/2004 (“ <i>Família Bernardinho</i> ” – Período Olímpico) .....	96
ANEXO 6: FSP, 16/08/2004 (“ <i>Missão Atenas</i> ” – Período Olímpico) .....	99
ANEXO 7: FSP, 18/08/2004 (“ <i>Retrospecto</i> ” – Período Olímpico) .....	101
ANEXO 8: FSP, 15/08/2004 (“ <i>Favoritismo</i> ” – Período Olímpico) .....	104
ANEXO 9: FolhaOnLine/BBC Brasil, 11/08/2004 .....	106
ANEXO 10: Yahoo!Brasil Notícias, 22/04/2004 .....	109

## RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso, caracterizado como uma pesquisa exploratória e documental, propôs-se a compreender o discurso midiático através das estratégias discursivas que realizaram o agendamento da seleção masculina de vôlei do Brasil para os Jogos Olímpicos (JO) de Atenas 2004, ou seja, como se “geraram” expectativas da medalha de ouro pela mídia impressa. Tratou-se o vôlei (origem e trajetória, em âmbito mundial, mas principalmente com relação ao Brasil, enfatizando sua ascensão e transformação em espetáculo esportivo) e a mídia esportiva (estudos sobre os meios de comunicação de massa, a agenda/agendamento e também o jornalismo esportivo). Quanto aos procedimentos metodológicos, acompanhou-se de maio a setembro as matérias veiculadas pelo *Jornal Folha de São Paulo* (FSP) que se referiam à equipe brasileira, sendo que o objeto de estudo foi abordado através da *análise de conteúdo*. Elaborou-se, então, oito categorias, que foram as estratégias utilizadas pela FSP para “criar” expectativas nos leitores/torcedores. As categorias foram divididas em dois períodos temporais: Período Pré-Olimpíada (compreendido do dia primeiro de maio até o dia treze de agosto) e Período Olímpico (do dia quatorze ao dia trinta de agosto). No primeiro período, as categorias: “*Laboratório*” (a Liga Mundial de Vôlei como uma preparação para os Jogos Olímpicos; além dos testes, rodízios e lesões que se deram), “*Favoritismo*” (as vitórias da equipe brasileira na Liga Mundial, sua invencibilidade e liderança no grupo como estratégia para confirmar o favoritismo brasileiro nas Olimpíadas), “*Estilo Bernardinho*” (reportagens que evidenciavam um “estilo” bem peculiar ao técnico Bernardinho) e “*Retrospecto*” (a partir da entrada do técnico na equipe, conquistando “11 títulos em 14 torneios disputados”). Já as categorias “*Família Bernardinho*” (reportagens sobre a rotina da seleção, o técnico e seus “comandados”, comparando a equipe a uma “família”), “*Missão Atenas*” (tratando a campanha brasileira nos JO como uma “missão”),

“*Retrospecto*” e “*Favoritismo*” (as duas últimas aconteceram de maneira semelhante ao período anterior) fizeram parte do segundo período. Desta maneira, pode-se dizer que a FSP teve uma estratégia singular a respeito do tema, criando, com relação à equipe brasileira, uma imagem de favorita à conquista olímpica. O fato de agendar o evento é uma estratégia da mídia, pois assim “chama a atenção” e fideliza os leitores, utilizando a figura dos *olimpianos* (celebridades esportivas – Bernardinho e seus jogadores) para vender mais jornal. Outra consideração é que o retrospecto da seleção brasileira foi utilizado para sustentar o favoritismo nos JO. Por último, evidenciou-se a “tentativa” de construção de ídolos do esporte nacional, devido ao grande enfoque dado ao técnico Bernardinho e a alguns jogadores (Nalbert, Giovane, Maurício, Giba e Ricardinho).

## ABSTRACT

The subject of this Graduation Paper is the analysis of the media discourse which took place before and during the Olympic Games of Athens 2004 (OG), in regard to the Brazilian male volleyball team. More specifically, this paper is a research study whose aim is to understand how the printed media created expectations of a Gold Medal by this team. This work encompasses both volley and the sports media. In relation to volley, it researches its origin and evolution worldwide, but with special regard to Brazil, highlighting its rise and transformation into a sports show. As to sports media, this paper studies the mass media, both the agenda and the agenda-setting, as well as the sports journalism. The methodological procedures focused on the content analysis of related reports written at *Folha de São Paulo* newspaper (FSP), from May to September 2004. The strategies used by FSP to create expectations on the readers and fans were divided into eight categories. They were divided in two time groups: the Pre-Olympics Period (from May 1 to August 13) and the Olympic Period (August 14-30). The first period includes the following categories: *Lab* (The Volleyball World League as a preparation for the Olympic Games; besides tests, rotations, and injuries of athletes), *Most likely winner* (the victories of the Brazilian team in the World League, its invincibility and leadership in the group as a strategy to confirm the Brazilian team as the favorite in the Olympics), *Bernardinho style* (reports highlighting the coach Bernardinho’s peculiar style), *Retrospect* (since the coach’s admission in the team, he had already won 11 tournaments out of 14). The second period encompasses the following categories: *Bernardinho Family* (reports about the national team’s routine, the coach and his players, comparing the team to a “family”), *Mission: Athens* (the newspaper’s treatment of the Brazilian participation in the OG as a “mission”), *Retrospect* and *Most likely winner* (similar to the first period). This way, it is possible to state that FSP had a singular strategy concerning

the subject, presenting the Brazilian team as the favorite for the Olympic Gold. The agenda-setting is, indeed, a media strategy to “call attention” and to keep the readers coming back for more. In this case, it used the Olympic athletes (Bernardino and his players) to sell more newspapers. Furthermore, the Brazilian retrospect was used to maintain its national team as the favorite in the OG. Finally, it shows the “attempt” of making up national sports idols, due to the spotlight on the coach Bernadinho and on some players (Nalbert, Giovane, Maurício, Giba and Ricardinho).

## INTRODUÇÃO

Em época de Olimpíadas, como a que ocorreu durante o mês de agosto de 2004, percebeu-se uma grande importância dada a este evento pela mídia. Um evento que celebrou o esporte mundial e procurou mostrar ao mundo novos heróis olímpicos, muita superação dos atletas e, acima de tudo, a importância de vencer.

No Brasil, mais especificamente, devido ao fato de seus atletas representantes não terem conseguido nenhuma medalha de ouro na Olimpíada de Sidney 2000, esperava-se que na Grécia o mesmo não ocorresse. Para isso, e como forma de ter audiência e leitores garantidos (o que é normal em períodos semelhantes), a mídia trabalhou com uma forma de “agendar”<sup>1</sup> o evento, criando expectativas de vitórias em algumas modalidades (como voleibol masculino e feminino, de quadra e de praia; ginástica olímpica; vela entre outros esportes).

Criou-se, com isso, uma idéia de que os atletas brasileiros têm as mesmas condições de disputa com qualquer atleta do mundo. Esqueceu-se, naquele momento, de todos os problemas enfrentados pelos atletas brasileiros, com relação às políticas públicas voltadas ao esporte e principalmente com a falta de patrocínio.

No Brasil, foi regulamentada recentemente pelo presidente Lula (via decreto, no dia 13 de julho de 2004) a *Lei Agnelo/Piva*<sup>2</sup>, proposta inicialmente em 2001, cuja finalidade é destinar 2% dos recursos arrecadados pelas loterias aos comitês olímpico e paraolímpico brasileiros. A partir de agora, os beneficiários desta Lei deverão fazer um planejamento (no período de quatro anos, definindo metas e objetivos com antecedência) e segui-los à risca, se não terão de devolver o dinheiro (com correção e juros) caso o planejamento não seja executado.

De acordo com a *Lei Agnelo/Piva*, a verba é destinada da seguinte maneira: 85% ao Comitê Olímpico Brasileiro (COB), que destina 10% ao esporte escolar, 5% ao desporto

---

<sup>1</sup> Tal conceito será melhor explorado no decorrer desta pesquisa. Cabe agora dizer que essa idéia de “agendar”, ou “agendamento”, ou ainda, a “agenda *setting*”, caracteriza-se pelo poder da cobertura midiática nas nossas rotinas, construindo sentidos/significados em nossa sociedade, não só no âmbito esportivo, mas em outros âmbitos, como o político, financeiro, o midiático entre outros. (FAUSTO NETO, 2002).

<sup>2</sup> Informações obtidas no *Jornal Folha de São Paulo* do dia 16 de julho de 2004 e na página do Ministério do Esporte ([http://www.esporte.gov.br/noticia\\_detalle.asp?id\\_noticia=2283](http://www.esporte.gov.br/noticia_detalle.asp?id_noticia=2283)).

universitário, 30% da verba para o seu próprio orçamento e 60% são repassados para as confederações que constituem um fundo de reserva para gastos extras do próprio Comitê ou das confederações; os outros 15% são repassados ao Comitê Paralímpico Brasileiro (CPOB).

A grande crítica a esta Lei vinha do Tribunal de Contas da União (TCU), órgão fiscalizador do dinheiro público na área esportiva, que reprovava a falta de especificidade da área onde tal dinheiro deveria ser utilizado. Com a regulamentação da Lei, a Controladoria Geral da União se alia ao TCU na fiscalização da aplicação da verba, permitindo um controle maior.

Especialmente nesta última Olimpíada, o voleibol masculino brasileiro<sup>3</sup>, em virtude do trabalho que vem sendo realizado não só dentro da quadra (técnico, auxiliares e jogadores), mas também fora dela (pelos dirigentes e patrocinadores) foi apontado como uma das equipes favoritas à conquista da medalha de ouro.

O que corroborava esta idéia eram as várias conquistas desta seleção na “Era Bernardinho”. Falando apenas dos torneios mais importantes conquistados pela seleção brasileira (antes da conquista olímpica), pode-se lembrar do Campeonato Mundial<sup>4</sup>, disputado na Argentina em 2002, em que o Brasil venceu a Rússia na final, sagrando-se pela primeira vez na história campeão Mundial. No dia 30 de novembro de 2003, no Japão, o Brasil conquista o inédito título da Copa do Mundo, vencendo os donos da casa, totalizando nos seus onze jogos, onze vitórias – assim o Brasil assegurou uma das três vagas para os Jogos Olímpicos de Atenas 2004 sem precisar disputar o Pré-olímpico. Mais recentemente, com a conquista da Liga Mundial de Vôlei (em julho de 2004, na qual a Itália foi superada na sua própria casa) a equipe brasileira tornou-se tetracampeã na modalidade.

Diante deste “favoritismo” que foi sendo anunciado nas mais diversas mídias (televisão, rádio, jornais, revistas, internet), percebeu-se, por parte do treinador da equipe brasileira, o “Bernardinho”, uma atitude contrária a estas denominações (de favoritismo) que a mídia atribuía à sua equipe.

Só para exemplificar, o site CLICRBS<sup>5</sup>, do Grupo Rede Brasil Sul (filiado ao Grupo Globo), na primeira semana da Olimpíada de Atenas 2004 (mais especificamente entre os dias

---

<sup>3</sup> O voleibol brasileiro tem como maior patrocinador (além da empresa *Olympikus* – tênis/uniformes; da *Mondo* – pisos; *Penalty* – bolas, e da *Rainha* - Superliga) o **Banco do Brasil** (empresa estatal), que investe em marketing esportivo desde 1991, quando iniciou suas atividades com o Projeto VôleiBrasil. Patrocina todas as seleções brasileiras de voleibol, masculina e feminina, nas categorias adulta, juvenil e infanto-juvenil, além de outras ações desenvolvidas. **Fonte:** site [www.esportes-e.com.br](http://www.esportes-e.com.br).

<sup>4</sup> Informações obtidas no site da Confederação Brasileira de Voleibol ([www.cbv.com.br](http://www.cbv.com.br)).

<sup>5</sup> Site: [www.clicrbs.com.br](http://www.clicrbs.com.br), acessado no dia 18 de agosto de 2004.

16 a 18 de agosto) realizou uma enquete na sua seção especial *Atenas 2004 – Cobertura completa*, perguntando “Que time brasileiro tem mais chance de ouro?”. A equipe masculina de vôlei recebeu 85,2% das indicações, enquanto que a seleção feminina de vôlei recebeu 9,36% dos votos; a equipe feminina de futebol 3,3% e a seleção feminina de basquete 2,05%.

Tinha-se, então, uma ambigüidade no contexto que se apresentava, entre o discurso midiático e a opinião do técnico (este último, obviamente, desejava obter a medalha de ouro, mas ficava preocupado com as conseqüências de tais expectativas).

Assim, por um lado, percebia-se que o técnico tinha o discurso que podemos chamar de “pé no chão” (como uma forma de “prevenção”) ao ver sua equipe sendo considerada favorita, e por outro lado, a população, influenciada pelas notícias, entusiasmada com o fato de poder ver novamente a equipe de vôlei subir ao pódio olímpico para receber a medalha de ouro (repetindo o que aconteceu em Barcelona – 1992, quando a seleção treinada por José Roberto Guimarães, sem ser considerada favorita, sagrou-se campeã olímpica, chamando a atenção de todo o mundo pela forma como variava seu jogo, principalmente com ataques de fundo de quadra e com a polivalência de seus jogadores).

A problemática desse estudo decorre, então, da compreensão de como se deu o discurso midiático e como as expectativas em torno da seleção masculina de voleibol do Brasil foram “geradas” pela mídia. Para isso é que este trabalho se coloca para (tentar) responder, estudando, também, dessa forma, o agendamento através do discurso (a construção do agendamento pelo discurso).

Acredita-se tratar de um estudo original, mesmo que tenha estudos semelhantes para outros temas, pois realizou-se consulta às bases de dados SIBRADID, CBCE e INTERCOM.

## 1.1 – OBJETIVO E QUESTÕES NORTEADORAS DA PESQUISA

Verificar as estratégias de discurso midiático, neste caso, da mídia impressa (especialmente), com relação à seleção masculina de voleibol do Brasil nas Olimpíadas de Atenas 2004, procurando perceber como se dá a criação de expectativas da medalha de ouro.

### **Questões norteadoras da pesquisa:**

- Como se originou e se desenvolveu o voleibol?
- Chegando ao Brasil, como o voleibol se desenvolveu e, com o tempo, se transformou em espetáculo esportivo?
- O que caracteriza o “espetáculo esportivo”?
- Qual a participação da mídia na produção do espetáculo esportivo?
- Que conceitos da sociologia crítica do esporte podem ajudar a compreender o papel da mídia nesta produção?
- Que estratégias são adotadas pela mídia na produção do espetáculo esportivo?
- Qual a relação entre o espetáculo esportivo e as Olimpíadas?
- Como o agendamento pode ser entendido? O que o caracteriza?

## 1.2 – JUSTIFICATIVA

Optar em fazer um curso de ensino superior de Educação Física pode ter suas “raízes” no gosto pelo esporte, naquilo que vivenciamos durante nossa vida escolar. Particularmente no meu caso, o voleibol talvez tenha sido o que me “levou” até a Educação Física, pelo prazer que sempre senti em praticar este esporte não só na escola, mas principalmente, fora dela. Falo talvez porque ainda é algo a ser descoberto ou percebido.

Épocas olímpicas também me fascinam. São momentos esporádicos (de quatro em quatro anos) em que somos levados pela emoção de torcedores, “sentimos” (no sentido de sensações mesmo) o que é ser “cidadão brasileiro” – parece-me que só “percebemos” sermos realmente “cidadãos” quando estamos numa “batalha” esportiva com atletas de outros países. Vivencia-se o nacionalismo, enaltece-se a Pátria (não só aquela “de chuteiras”, mas esportiva em geral) momentaneamente. Por isso, é importante entender como esse “nacionalismo” é produzido, isto é, entender toda sua conotação ideológica, procurando deixar de lado essa *visão ingênua de torcedor*. Devemos entender a mídia como um dos elementos que enaltecem o “nacionalismo”, daí a importância de se estudar a *mídia*.

Iniciar um estudo na área de *mídia esportiva* é outra coisa que começo a ter gosto, ou melhor, que comecei a achar interessante logo que ingressei na universidade e “presenciei” uma palestra sobre a “espetacularização do esporte”. É um campo que precisa ser estudado cada vez mais, para que possamos estabelecer relações com nossas vidas, analisando e percebendo melhor o que é apresentado a nós.

Num momento como este, de realização do trabalho de conclusão de curso, se é verdade que somos impulsionados por aquilo que temos gosto (que gostamos), opto em realizar um estudo ligado ao vôlei (meu esporte predileto), em tempos de Olimpíadas, à mídia esportiva, mais especificamente o discurso midiático (idéia de agendamento).

A realização desta pesquisa justifica-se, então, pelo fato de verificar como a mídia impressa utiliza o discurso midiático, isto é, como as estratégias de discurso são utilizadas aplicadamente à seleção masculina de voleibol nas Olimpíadas de Atenas 2004, considerando-se as conquistas obtidas por ela (como a Copa do Mundo de Vôlei em 2003 e a Liga Mundial neste ano) e também o significado do vôlei no Brasil, considerado como o segundo<sup>6</sup> esporte

---

<sup>6</sup> Segundo ANFILO (2003, p. 20), graças ao dinamismo e à competência administrativa da Confederação Brasileira de Voleibol, federação nacional mais bem sucedida do mundo, que esta mesma instituição “transformou o voleibol em segundo esporte mais praticado no Brasil, atrás apenas do futebol.”

mais praticado (perde apenas para o futebol, o qual não conseguiu classificar-se para estes Jogos Olímpicos – por isso minha “intuição” de que o vôlei tenha sido considerado o “salvador da Pátria” nesta última edição dos Jogos).

Este estudo também se justificou pela minha formação acadêmica – *Licenciatura em Educação Física*, que devemos ter consciência, como futuros educadores, de como abordar<sup>7</sup> o esporte, percebendo toda a estrutura e os valores que dele fazem parte, procurando entender os múltiplos interesses da mídia esportiva e assim, buscar esclarecimento; enfim, ter mais clareza do nosso compromisso social, evitando “repetir” ou “realizar” o que o senso comum espera de nossa parte enquanto profissionais – realizando a “Educação para a mídia”.

Uma pesquisa assim tem como relevância o fato de compreender como o discurso midiático é produzido e colocado às pessoas, e desta maneira, como determinados valores, sentidos, ideologias e conotações nos são transmitidos. Sabendo que a *mídia* é uma grande produtora de sentidos da atualidade, devemos estudá-la a fim de compreendê-la, passando-se a ter uma visão mais crítica do que acontece em nosso mundo (na nossa realidade, em nosso cotidiano).

### **1.3 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

---

<sup>7</sup> BOJIKIAN (1999), ao afirmar que o vôlei tem um apelo popular muito forte, escreve que “Todos querem praticar e discutir o voleibol, e isso o transforma num campo de trabalho extraordinário para os profissionais da Educação Física.” (p. 41).

Esta pesquisa, de cunho exploratório<sup>8</sup>, caracterizou-se como uma pesquisa documental, a qual, segundo GIL (1996, p. 51) “vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa.”

Utilizou-se como fonte principal de dados para análise o veículo de mídia impressa *Folha de São Paulo*, por ser um jornal de circulação nacional e também por ter um caderno diário de esportes, sendo que o período de edições que foram analisadas foi do dia primeiro de maio de 2004 (mês anterior ao início da Liga Mundial) até o dia 30 de agosto (um dia após o último dia de competições olímpicas) – totalizando 98 (noventa e oito) reportagens analisadas.

Importante dizer que o acesso aos dados foi feito por intermédio da *internet* (on-line), e não do jornal propriamente dito (o conteúdo e a redação das informações são os mesmos). Dessa forma, o recorte ficou limitado às informações e não à publicidade (considerando-se a triangulação entre informação/entretenimento/publicidade que caracteriza o discurso midiático).

Outros materiais também foram utilizados na coleta de dados, procurando dar uma maior segurança (confiabilidade) à pesquisa. Esses materiais foram coletados conforme a acessibilidade (revistas semanais – *Veja* e *Época*, outros jornais de circulação diária – *Zero Hora*, sites de notícias diversos – *ClicRBS*, *Yahoo Notícias*, *Folha OnLine* etc.). Sua análise aconteceu pelo *critério de inclusão*, isto é, utilizaram-se matérias para serem tratadas de forma complementar, a fim de verificar a semelhança (ou não) entre os discursos (estratégias) utilizados.

A utilização destes outros materiais teve aplicação por dois motivos principais: primeiro, por considerar que os veículos de comunicação se complementam, isto é, as mídias são complementares entre si; em segundo lugar, por considerar a *cultura do release*, ou seja, as notícias de agência são comuns às redações, assim, o mesmo assunto acaba sendo abordado por vários órgãos de imprensa ao mesmo tempo.

Para a construção teórica do objeto da pesquisa (Capítulo II), procurou-se abordar em dois eixos: o vôlei no Brasil e a mídia esportiva. No primeiro, em relação ao vôlei, analisando

---

<sup>8</sup> Segundo TRIVIÑOS (1995, p. 109), a pesquisa do tipo exploratória permite ao investigador “aumentar sua experiência em torno de determinado problema.” Desta maneira, “o pesquisador parte de uma hipótese e aprofunda seu estudo nos limites de uma realidade específica, buscando antecedentes, maior conhecimento” (id.).

sua ascensão no Brasil e sua transformação em espetáculo esportivo. Já na parte voltada à mídia procurou-se aprofundar os estudos quanto ao discurso midiático, às idéias de agendamento, ao jornalismo esportivo, entre outros.

O material que está em anexo (Anexos) é constituído de algumas matérias da *Folha de São Paulo*, reportagens que deram sentido à elaboração das categorias desta pesquisa. Procurou-se colocar reportagens que demonstrassem, de forma bem clara, a categoria em si, apesar de a mesma reportagem, em muitos casos, remeter-se a mais de uma categoria.

## **CAPÍTULO II**

## BASES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

Conforme já comentado anteriormente, neste capítulo abordam-se dois eixos teóricos – o vôlei no Brasil e a mídia esportiva.

Inicialmente, será apresentada a origem e a trajetória do voleibol (em âmbito mundial, mas principalmente com relação ao Brasil), suas características, procurando enfatizar a sua ascensão e transformação em espetáculo esportivo.

Posteriormente será feita uma discussão sobre os meios de comunicação de massa, abordando assuntos relativos ao discurso<sup>9</sup> midiático, os conceitos de agendamento (agenda-setting), o jornalismo esportivo, a “circulação circular da informação”, a “falação esportiva”.

No final deste Capítulo, encontra-se a *Fundamentação Metodológica*, em que se explica, sucintamente, as bases do procedimento utilizado para a realização desta pesquisa (a *análise de conteúdo*).

### 2.1 – O VOLEIBOL: ORIGEM, TRAJETÓRIA E CARACTERÍSTICAS

#### 2.1.1 – A origem norte-americana do vôlei

Os norte-americanos, no final do século XIX, costumavam praticar determinados esportes de acordo com as estações do ano. Assim, era comum na primavera praticar o beisebol, no outono o futebol americano e no inverno, realizar sessões de ginástica (calistenia) em ginásios fechados. (BIZZOCHI, 2004).

Em vista da necessidade de se “inventar” uma atividade para entreter os esportistas quando a neve impossibilitava a práticas de atividades recreativas ao ar livre é que surgiu o basquetebol (em 1891, criado na Associação Cristã de Moços – ACM, em Springfield,

---

<sup>9</sup> Segundo BETTI (1999, p. 396) *discurso* é entendido “como o efeito de sentido construído no processo de interlocução, onde alguém fala a alguém, de algum lugar, sobre algo no mundo”. LEAL (2003, p. 4) escreve que *discurso* seria “uma forma peculiar de, na linguagem – um ‘dizer’ –, produzir sentidos no espaço social, a partir do entrelaçamento de um saber (uma racionalidade) e um fazer (um modo de produção) histórica e socialmente marcados.” Já o *discurso midiático* é entendido por PIRES (2000, p. 36) como “a expressão característica da linguagem – imagética, sonora e simbólica – dos meios de comunicação de massa, através da qual conseguem silenciar, publicizar ou recriar evidências, fatos ou expectativas que constituem a cotidianidade da cultura contemporânea, a partir da visão dos interesses ideológicos hegemônicos da sociedade.”

Massachusetts), sendo que “teve aceitação imediata, popularizou-se e, em pouco tempo, era praticado em todas as ACMs dos Estados Unidos.” (Ibid., p. 2).

Mas o que tem a ver o basquete e a calistenia com a origem do vôlei?

Justamente pelo fato de o basquete ser um jogo muito vigoroso e de muito contato físico, e também pela calistenia se caracterizar como sendo exercícios ginásticos “pouco recreativos”, é que *William George Morgan*, ao assumir o cargo de diretor do Departamento de Atividades Físicas da ACM de Holyoke (Massachusetts), em 1895, é desafiado pelo pastor Lawrence Rinder a elaborar um novo jogo para homens de meia-idade. (Ibid., p. 3).

Batizado inicialmente de *minonette* (ou *mintonette*), uma mistura de basquete e tênis (dois esportes bastante populares entre os norte-americanos), o “novo jogo” começa a ser configurado como um jogo de rebater, utilizando a rede de tênis (a uma altura de 1,98m do chão) e a câmara da bola de basquete como elemento do jogo, além de dez regras básicas. (Id.).

A idéia do *minonette* entre os alunos daquela instituição foi bem-aceita e os praticantes foram sugerindo mudanças. Mas a mudança para o nome atual de *volleyball* veio quando Morgan foi convidado pelo diretor da Escola para Trabalhadores Cristãos da ACM de Springfield para mostrar sua “invenção” numa Conferência dos Diretores dos Departamentos de Atividades Físicas das ACMs.

Sua apresentação virou sensação na conferência e gerou discussões entusiasmadas. Lá, foi aceita a idéia do Dr. A. T. Halstead, que sugeriu o nome de *volleyball*, “já que a bola permanecia em constante voleio (*volley*, em inglês) sobre a rede.” (BIZZOCHI, 2004, p. 04).

Segundo BIZZOCHI, “apesar da euforia inicial, o voleibol teve difusão muito pequena nos anos subseqüentes (...) [e] o vôlei continuava a ser praticado por grupos de adultos de meia-idade e, exclusivamente, em ambientes fechados.” (2004, p. 4).

MARCHI JÚNIOR (2001), ao fazer sua análise sociológica sobre a origem de vôlei, escreve que “o esporte nasceu respeitando as necessidades de uma elite, qual seja, a elite clubística cristã.” (p. 74). Nessa mesma linha, ele ainda escreve que “a burguesia emergente americana necessitava de uma atividade que poupasse os ‘homens de negócios’ dos contatos mais ríspidos e das oscilações climáticas do inverno americano.” (Ibid., p. 75).

MATTHLESEN (1994) também analisa o voleibol num contexto histórico-social, relacionando sua trajetória histórica com os aspectos sociais, políticos e econômicos que, desde sua criação, em 1895, interferiram na sua evolução. Para esta autora, o voleibol foi

criado dentro de um contexto elitista, burguês, destinado para “homens de negócios’ entre 40 e 50 anos que, diariamente, se encontravam durante seu tempo livre” (p. 194).

Foi só em 1915 que a prática do voleibol foi impulsionada e melhor divulgada nos Estados Unidos, através de uma resolução dos órgãos governamentais de educação, que recomendou tal prática nos programas de educação física das escolas norte-americanas. (BIZZOCHI, 2004).

Devido aos núcleos internacionais da Academia Cristã de Moços é que o voleibol se espalhou para os demais países: Canadá (em 1900); Cuba (1905); Peru (1910); Filipinas (1908); Porto Rico, Uruguai, Argentina, China e Japão (1912); Brasil (1915 ou 1916); Europa (1916) e México (1917). (Ibid., p. 5).

Além dessa idéia de disseminação do vôlei pelos núcleos internacionais das ACM, conforme MARCHI JÚNIOR (2001), deve-se levar em conta que as forças armadas americanas foram “uma das principais responsáveis pela disseminação da modalidade em termos internacionais.” (p. 80).

Com a proposta de difundir o voleibol pelo mundo e também de defender os interesses de suas federações nacionais filiadas é que se cria, em 1947, a Federação Internacional de Voleibol – FIVB, tendo como países fundadores: Brasil, França, Itália, Checoslováquia, Estados Unidos, Bélgica, Turquia, Israel, Holanda, Portugal, Romênia, Uruguai, Líbano e Polônia. (ANFILO, 2003; BIZZOCHI, 2004).

ANFILO (2003, p. 16-7) faz uma síntese da evolução do voleibol a partir da criação da FIVB, escrevendo que:

Superado o período de criação, expansão e afirmação do voleibol, pode-se destacar as décadas de 60 e 70, como as mais relevantes para a sua evolução, período este, que alavancou a sua universalização e espetacularização. A partir do início da década de oitenta, a FIVB se fortaleceu, passando a ter mais de cento e cinquenta nações filiadas, criando inúmeras competições internacionais, transformando o voleibol em um dos esportes mais praticados em todo o mundo.

Da mesma forma, BIZZOCHI (2004) escreve que na década de 60 “o voleibol foi considerado o esporte mais popular em 25 países (incluindo Japão, Checoslováquia, União Soviética e China) dentre mais de cem filiados à FIVB. Era o terceiro esporte coletivo mais praticado no mundo, possuindo número superior a 60 milhões de praticantes.” (p. 8).

Continuando sua trajetória, em 1964 o voleibol é incluído no programa oficial dos Jogos Olímpicos de Tóquio; e em 1984, assume a presidência da FIVB Rúben Acosta,

“vendendo vários eventos internacionais para a televisão, com patrocinadores fortes e prêmios milionários.” (ANFILO, 2003, p. 17).

A partir da década de 90 é criada a Liga Mundial pela FIVB, procurando profissionalizar o esporte, ao mesmo tempo em que buscava aumentar o intercâmbio entre os países, valorizando o calendário de competições da entidade. (Id.).

Além da promoção de competições, a FIVB também se preocupou em difundir o esporte em todas as camadas populacionais, principalmente com a “escolarização da prática” nos sistemas educacionais; e com o “processo de massificação”, ao divulgar o esporte nas diversas esferas da sociedade. (ANFILO, 2003, p. 17-8).

Ainda para ANFILO (2003), “A partir do ponto de vista comercial e profissional, a FIVB tem a intenção de envolver o voleibol com as diferentes fontes de recursos financeiros e promocionais. Esse objetivo tem buscado sua inserção junto à indústria midiática, o que pode ser denominado como um processo de ‘espetacularização do esporte’.” (p. 18).

Para exemplificar essa “inserção junto à mídia”, BIZZOCHI (2004, p. 10) escreve que “A TV é hoje o veículo mais importante para o patrocinador do esporte, e os cálculos por aparição são muito vantajosos. O Campeonato Mundial de 2002, na Argentina, que teve mais de 330 mil pessoas nos ginásios, foi transmitido a cerca de 1 bilhão de telespectadores em 160 países.”

Pode-se dizer que todas as transformações pelas quais o voleibol passou, em grande parte, são devidas às adequações do esporte à transmissão pela tevê, aproximando ambos e fortalecendo o processo de espetacularização e massificação do voleibol. Isso pode ser comprovado, por exemplo, com a organização de dois simpósios mundiais pela FIVB, em 1986, para discutir a duração dos jogos, que inviabilizavam o investimento televisivo. Alguns anos depois, adotou-se o sistema de pontuação *tie-brake* (pontuação por ponto corrido) no set decisivo (5º set), atendendo à exigência da mídia esportiva – e após um certo tempo, sets de 25 pontos no sistema *tie-brake*. (ANFILO, 2003, p. 28-9).

Segundo MARCHI JÚNIOR (2001, p. 103) “O voleibol nasceu nos Estados Unidos, entretanto desenvolveu-se inicialmente no Leste Europeu, revolucionou-se no continente asiático e espetacularizou-se no mundo industrial e midiático ocidental.”

### **2.1.2 – O vôlei no Brasil: trajetória e transformações**

Neste texto, far-se-á uma análise sobre a trajetória do voleibol no Brasil, considerando que esta modalidade esportiva há algum tempo, vem se colocando como uma relevante manifestação cultural na sociedade brasileira, principalmente na atualidade.

Antes de iniciar a descrição e análise do percurso do voleibol no Brasil, convém citar, concordando com MÜLLER (1996) que “Atualmente, não é mais possível discutir o esporte sem incluir nesta discussão a mídia, os meios de comunicação. E, neste sentido, podemos verificar que o esporte há muito deixou de ser uma manifestação que se expressa pelo movimento humano, e é, hoje, uma mercadoria idêntica a qualquer outra.” (p. 212).

De acordo com BIZZOCHI (2004), é controversa a data de chegada do vôlei no Brasil, pois alguns autores<sup>10</sup> afirmam que isso se deu em 1915 no Colégio Marista de Recife-PE, enquanto outros dizem que foi em São Paulo, no ano de 1916, na ACM daquela cidade. Certo mesmo, conforme MATTHLESEN (1994) é que a introdução do vôlei no Brasil se deu por meio da Associação Cristã de Moços.

Nos primeiros anos o voleibol era jogado “quase exclusivamente nas ACMs, com o tempo e a divulgação, passou a ser disputado em outras instituições.” (BIZZOCHI, 2004, p. 16).

Com a profissionalização do futebol brasileiro, em 1933, o voleibol, assim como todos os demais esportes amadores, tiveram um corte no seu crescimento. Particularmente no Rio de Janeiro, o vôlei sobreviveu graças “às areias da praia, onde continuou a ser praticado como jogo recreativo ao ar livre.” (Ibid., p. 17).

Sabe-se que o primeiro campeonato nacional só aconteceu em 1944, algumas décadas depois da chegada do vôlei, com a participação de seis equipes femininas (vencido por Minas Gerais) e oito masculinas (São Paulo foi o vencedor). (Id.).

Em 9 de agosto de 1954 é fundada a CBV – Confederação Brasileira de Voleibol, “com o objetivo de difundir e desenvolver o esporte no país.” (ANFILO, 2003, p. 18).

Assim, na década de 60, tendo o vôlei uma instituição organizada nacionalmente, a modalidade “começa a se consolidar, passando a ser um dos esportes mais praticados no país, sendo que, neste período, as equipes brasileiras passaram a conquistar vários títulos internacionais importantes.” (Ibid., p. 19).

---

<sup>10</sup> BOJIKIAN (1999) considera que não se têm dados sobre o ano exato da chegada do vôlei no Brasil, enquanto BORSARI (1996) afirma que o esporte chegou no país “por volta de 1916, pela ACM de São Paulo, passando posteriormente aos demais Estados.” (p. 3). Já MATTHLESEN (1994) também considera dúvida a chegada do esporte no Brasil – cita LANDULFO (s.d.), que diz que foi em Pernambuco e também DAIUTO (1963), que afirma que foi em São Paulo por volta de 1916/1917.

Segundo MATTHLESEN (1994, p. 196) foi nesse período (segunda metade da década de 60 até a primeira metade dos anos 70) que “o Esporte recebeu, em plena Ditadura Militar, um grande apoio dos órgãos governamentais. O governo, nesta época, não mediu esforços para incentivar a população na prática do Esporte, como forma de preenchimento do tempo livre da classe trabalhadora. Exemplo disso foi o movimento ‘Esporte para todos’, E.P.T., que se desenvolveu na sociedade brasileira ao longo dos anos 70.”

Em 1975, assume a presidência da CBV o ex-jogador Carlos Arthur Nuzman, tendo como projeto principal aliar o marketing ao esporte, além de um modelo administrativo mais moderno, incluindo as empresas no processo de contratação<sup>11</sup> de jogadores, os quais poderiam, então, treinar em tempo integral. (BIZZOCHI, 2004, p. 19).

Segundo BOJIKIAN (1999), é a partir de 1975 que “inicia-se a grande escalada do nosso voleibol. A C.B.V., em colaboração com algumas federações estaduais, passa a investir mais na formação de técnicos e atletas brasileiros, organizando muitos cursos, ministrados por técnicos estrangeiros de renome. Clubes e seleções de outros países, constantemente passaram a competir no Brasil. Vários campeonatos internacionais, aqui, foram sediados.” (p. 40).

Quando os resultados do vôlei brasileiro começam a aparecer (como por exemplo, o terceiro lugar da equipe juvenil masculina no Campeonato Mundial, revelando nomes como Renan, Montanaro e Amauri; e o quarto lugar no campeonato feminino, surgindo nomes como Jaqueline, Isabel e Regina Uchoa), começa também o êxodo dos jogadores brasileiros para outros campeonatos (por exemplo, o emergente campeonato italiano).

Considerando perigosa essa situação, em 1981 o presidente da CBV “conseguiu, com o Conselho Nacional de Desportos, viabilizar a propaganda nos uniformes de jogo dentro das quadras e na própria seleção nacional e, baseado em uma regulamentação esportiva federal, proibiu os jogadores de irem para o exterior.” (BIZZOCHI, 2004, p. 20-1).

ANFILO (2003, p. 19) coloca que “Aproveitando esse momento, as empresas começam a apostar no retorno econômico do voleibol através da mídia, comprando espaços de divulgação nas transmissões de televisão. Com a contribuição da Rede Bandeirantes de Televisão, através de seu diretor esportivo, Luciano do Valle, os jogos de voleibol passam a ser transmitidos diariamente pela televisão, encontrando grande aceitação popular.”

Com os resultados cada vez melhores (a seleção masculina venceu o Mundialito realizado no Brasil em 82; foi vice-campeão no Mundial da Argentina nesse mesmo ano e foi

---

<sup>11</sup> Os jogadores passariam a ser “registrados como funcionários.” (ANFILO, 2003, p. 19).

medalha de prata nas Olimpíadas de Los Angeles em 1984<sup>12</sup>; além de a seleção feminina conquistar o Sul-Americano em 1981, dando fim à supremacia peruana no continente) o “voleibol virou coqueluche nacional. Era o primeiro na preferência dos adolescentes e ocupava o segundo lugar entre os esportes mais praticados pelos brasileiros.” (BIZZOCHI, 2004, p. 22).

A década de 80<sup>13</sup>, então, pode ser considerada a que o voleibol teve grande respaldo em nível de divulgação, considerando que alguns jogos passaram a ser televisionados e também pela criação de uma revista direcionada especialmente para esta modalidade – a *Revista Saque*, a qual, em seu primeiro número, justificou tal empreendimento publicitário da seguinte forma: “As pesquisas não mentem jamais. Depois do futebol, vôlei na cabeça. E por que não uma revista mensal para os amantes da segunda paixão nacional? E por que não uma revista feita pelos ‘Pelés’ do Voleibol, por quem realmente está com a bola toda?” (MONTANARO et alii, 1985 apud MATTHLESEN, 1994, p. 197).

PIRES (2002) comenta sobre a espetacularização do esporte (a relação entre esporte e mídia): “A primeira fase de espetacularização obrigou o esporte a submeter-se à linguagem televisiva para alcançar maior eficácia no seu papel, até então predominante, de veículo privilegiado para mercadorização de bens e serviços de alguma forma identificados com a atividade esportiva.” (PIRES<sup>14</sup>, 1998 citado por PIRES, 2002, p. 91).

O momento inicial de espetacularização a que o esporte foi se adaptando teve algumas características, como por exemplo: (a) permissão de publicidade nos uniformes; (b) mudanças significativas nas regras para as modalidades serem incluídas nas grades de programação televisiva e (c) paradas programadas para divulgação de material publicitário no decorrer dos jogos. (PIRES, 2002).

Quanto à influência da mídia no esporte, mais especificamente nas adaptações das regras para inclusão do esporte nas grades televisivas, CINTRA SOBRINHO (2004) afirma que “Um dos grandes exemplos é o voleibol, que para se tornar um esporte mais ‘atraente’, na verdade, mais adequado para transmissões esportivas, teve suas regras bastante modificadas, com vistas a diminuir o tempo das partidas, antes consideradas muito longas.” Esse mesmo

<sup>12</sup> MARCHI JÚNIOR (2001) considera que o segundo lugar obtido pela seleção brasileira nesses Jogos foi a consolidação simbólica da “*primeira virada*” (p. 158) no voleibol nacional, ou seja, deixou-se de lado o amadorismo e orientou-se à **profissionalização** dos agentes envolvidos com a modalidade (características como profissionalização, cientificidade e aperfeiçoamento técnico).

<sup>13</sup> A *profissionalização* ocorrida no *esporte* fez com ele, obrigatoriamente, partisse em direção ao mercado, visando maior lucro. (DA SILVA, 1985, p. 42).

<sup>14</sup> PIRES, G. De L. Breve introdução ao estudo dos processos de apropriação social do fenômeno esporte. *Revista da Educação Física/UEM*, n. 9, p. 25-34, dez. 1998.

autor também cita o caso do futebol, com a *morte súbita*, e do basquete, com o limite do tempo de posse de bola (de 30 para 24 segundos) e o arremesso de três pontos.

Sobre o *marketing esportivo*, MOLINA NETO (1992) escreve que “o principal alvo das estratégias de marketing é o esporte de alta performance, o esporte enquanto negócio comercial, partindo daí, em efeito cascata, todas as demais ações, no sentido de mercantilizar todas as outras manifestações esportivas.” (p. 358).

Ainda sobre a relação esporte-publicidade, DA SILVA (1985) afirma que a “publicidade utiliza o esporte não só pelo fato de o público (consumidores) deste último ser expressivo, mas pelo que ele significa em termos econômicos e ideológicos.” (p. 41).

A partir desta pequena “explicação” sobre o marketing esportivo/publicidade, pode-se traçar um paralelo entre a utilização das estratégias de marketing com a transformação do voleibol brasileiro.

Segundo BIZZOCHI, “a popularização do voleibol trouxe um quadro diferente das décadas anteriores aos anos 90. As camadas sociais mais baixas tiveram oportunidade de entrar no esporte até então considerado ‘de elite’ e o nível cultural do atleta profissional caiu em razão do abandono dos estudos para dedicar-se integralmente ao profissionalismo. (Ibid., p. 23).

Em 1992, para a disputa dos Jogos Olímpicos de Barcelona, o Brasil envia uma equipe masculina com boas perspectivas de ficar entre os cinco primeiros. Na fase classificatória, o Brasil atropela seus adversários. Nas quartas-de-final, vence o Japão – alcançando o objetivo da comissão técnica que era ficar entre os quatro primeiros. Vencem a equipe norte-americana na semifinal e a Holanda na final. (BIZZOCHI, 2004).

BIZZOCHI (2004, p. 24) escreve sobre a conquista do ouro olímpico em 1992:

O jogo [Brasil x Holanda] foi transmitido em um domingo de manhã e o Brasil acordou cedo para torcer. Soltou rojões, fez festa e foi receber os campeões olímpicos no aeroporto. Como heróis nacionais, desfilaram em carro aberto pelas ruas de São Paulo, que literalmente parou para aplaudi-los. No Brasil, até aquela data, no que se refere a esportes coletivos, somente jogadores de futebol haviam recebido festa semelhante. As honrarias outorgadas à “Geração de Ouro do Voleibol” mostraram que os campeões olímpicos conseguiram fazer o Brasil trocar os pés pelas mãos!

Dando seqüência às conquistas, agora em 1993<sup>15</sup>, a seleção masculina disputa a final da Liga Mundial em São Paulo contra a equipe da Rússia. Vence, e ao mesmo tempo, quebra a hegemonia italiana na competição. Assim, ANFILO escreve que “Novamente o voleibol se transforma em novo fenômeno de popularidade no Brasil, tornando seus jogadores ‘garotos-propaganda’ de uma infinidade de produtos.” (2003, p. 2).

BIZZOCHI acrescenta ainda, com relação à Liga Mundial de 1993, que a média de público foi de 19,5 mil pessoas nos ginásios, e que, “Nesse mesmo ano, o Datafolha realizou uma pesquisa que indicou que 31% dos homens entrevistados preferiam o voleibol e 42% das mulheres o acompanhavam pela televisão, e a TV Globo alcançou 24 pontos na transmissão do jogo Brasil x Itália, pela Superliga.” (2004, p. 24).

O sucesso do vôlei no Brasil, de acordo com ANFILO, “é resultado da organização e profissionalismo dos dirigentes responsáveis pela administração da CBV.” (2003, p. 20). Ele ainda coloca que, “Segundo a FIVB [Federação Internacional de Voleibol], a CBV é hoje a federação nacional mais bem sucedida do mundo, possuindo vinte e sete federações estaduais filiadas, 85.125 atletas de voleibol de quadra e 2.856 atletas de vôlei de praia federados” (Id.).

Segundo BIZZOCHI, “A Confederação Brasileira de Voleibol recebeu da FIVB um prêmio que considerou o Brasil o país com o melhor voleibol do planeta, graças aos resultados conquistados pelas diversas categoriais masculinas e femininas.” (2004, p. 27).

Em consonância com os autores acima, BOJIKIAN (1999, p. 13) afirma que nas décadas de 70 e 80 “o esporte que mais se popularizou foi, sem sombra de dúvida, o Voleibol. As conquistas internacionais das nossas seleções, o espaço na mídia ocupado por esse esporte, o surgimento dentro dele de novos ídolos e o sucesso em termos de marketing esportivo, tornaram o Voleibol o segundo esporte dos brasileiros.”

Já para MATTHLESEN (1994), o voleibol passou a ser conhecido pela população brasileira devido ao apoio dos meios de comunicação de massa. A autora comenta sobre o “apoio” da mídia:

Fatalmente, o que levou a sua perpetuação [do voleibol] na sociedade brasileira, foi a medalha conquistada nas Olimpíadas de Los Angeles em 1984 com a “geração de prata” e a conquista da

---

<sup>15</sup> A campanha arrasadora do ouro olímpico em 1992, aliada à conquista da Liga Mundial em 1993 simbolizou, de acordo com MARCHI JÚNIOR (2001) a “*segunda virada*” (p. 187) no voleibol brasileiro. Sendo a *primeira* a transformação do amadorismo em profissionalização, a *segunda virada* fez com que o voleibol se inserisse definitivamente no contexto da **espetacularização** do esporte (confirmando o processo de espetacularização da prática esportiva).

medalha de ouro em Barcelona, em 1992, com a “geração de ouro” do Voleibol, pois, a partir daí garantiu seu espaço nos noticiários esportivos e jornais, tornando-se orgulho do Esporte nacional devido às posições de destaque nos campeonatos internacionais, dando vários motivos para ser explorado pela mídia. (p. 197)

Em um estudo realizado por PINHEIRO (1997) intitulado *A mídia no voleibol brasileiro masculino*, analisou-se a participação da mídia nesta modalidade, investigando o patrocínio das empresas no vôlei (e as vantagens obtidas pelos investidores). Conforme as palavras da autora, “a mídia foi realmente a grande aliada dos patrocinadores ao acompanhar os principais eventos através da televisão, das rádios, dos jornais e revistas.” (p. 537).

Reforça-se, ainda, tal afirmação, ao se considerar o depoimento do então presidente da Confederação Brasileira de Voleibol (CBV), Carlos Arthur Nuzman (atualmente presidindo o Comitê Olímpico Brasileiro – COB), sobre a importância da mídia no processo de ascensão do voleibol: “A mídia foi fundamental. Sem ela o voleibol não seria o que é. A parceria com o voleibol foi um dos pontos altos da ascensão. A mídia apresentou os noivos voleibol e marketing para o casamento.” (PINHEIRO, 1995, p. 105 citado por PINHEIRO, 1997, p. 539).

PINHEIRO (1997) ainda acrescenta que:

os recursos financeiros injetados com os patrocínios permitiram que o voleibol atingisse uma preparação técnico-tática de tal ordem que reduziu o distanciamento em relação às grandes potências estrangeiras. Após a entrada das empresas no voleibol, foram conquistados importantes resultados, tais como: (a) segundo lugar no Campeonato Mundial da Argentina (1982); (b) segundo lugar nas Olimpíadas de Los Angeles (1984); (c) primeiro lugar nas Olimpíadas de Barcelona (1992) e (d) primeiro lugar na Liga Mundial (1993).” (p. 537-8).

Outra mudança ocorrida no cenário nacional, com relação ao voleibol, foi a criação da *Superliga*<sup>16</sup>, um campeonato mais longo e com suporte dado por um Conselho de Marketing (composto pela Confederação Brasileira de Voleibol – responsável pela parte técnica da competição; e pela Agência Sportsmedia – a qual ficava responsável pela comercialização do evento).

---

<sup>16</sup> Segundo PINHEIRO (1997), era necessário que os ídolos da “geração de ouro”, tornados então “garotos-propaganda” dos mais diversos produtos, ficassem expostos na “vitrine” o maior tempo possível; daí a necessidade de se ter um campeonato mais longo e televisionado.

A transformação dos atletas em ídolos do grande público e a excessiva profissionalização do voleibol são, então, segundo PINHEIRO (1997), as conseqüências da ascensão do vôlei no cenário mundial. Além disso, segundo o referido estudo, a mídia (no caso a televisão), com seu poder, impôs alterações na estrutura do jogo:

Após as Olimpíadas de Seul (1988), foi adotado o “tie-break” no quinto set, ou seja, eliminou-se a vantagem nesta última etapa do jogo. Assim, a partida foi limitada em média, no máximo, a duas horas e meia de duração. Foi incluído, também, o pedido de tempo obrigatório no oitavo ponto de cada set, para que os comerciais pudessem entrar no ar. A introdução do taraflex, piso de maior absorção de suor, reduziu o número de quedas dos atletas e, dessa forma, evitou as sucessivas interrupções para secagem da quadra. (JORNAL DA TARDE, 16 de outubro de 1990 apud PINHEIRO, 1997, p. 540).

Outro aspecto considerado por PINHEIRO (1997) é com relação a um dos maiores patrocinadores do voleibol brasileiro, o *Banco do Brasil*, que

Com uma forte estratégia de marketing, voltou-se para a divulgação da marca, através da ocupação da arquibancada nos jogos da seleção brasileira, além de ter tomado outras providências, tais como: (a) contratação de um chefe de torcida; (b) confecção e distribuição de brindes de cor amarela com o logotipo do banco em azul; (c) criação de uma assessoria de imprensa para registrar e acompanhar a repercussão das ações empreendidas e (d) veiculação de anúncios em jornais e revistas, divulgando a participação nos eventos.” (BANCO DO BRASIL, 1992 apud PINHEIRO, 1997, p. 540).

Ainda para PINHEIRO (1997), podem ser feitas algumas considerações quanto à relação mídia-voleibol: (1) o processo de mercadorização pelo qual o voleibol passou; (2) indução do público ao consumo por meio da identificação dos torcedores com os ídolos criados; e (3) a televisão como grande responsável pela alteração nas regras do jogo – redução do tempo de duração das partidas e introdução de intervalos comerciais.

MOLINA NETO (1992) comenta sobre a relação esporte-mídia-mercado, não se referindo, especificamente, ao voleibol, mas ao esporte em geral. Para ele, “A apropriação completa do esporte de alta performance pela mídia eletrônica nos parece um caminho irreversível. A mercantilização do fato esportivo, também.” (p. 363).

## 2.2 – A MÍDIA<sup>17</sup> ESPORTIVA: APROXIMANDO-SE DE SUAS TEORIAS

---

<sup>17</sup> Segundo PIRES (2002), o termo *mídia* está relacionado aos veículos de comunicação de massa, como rádio, jornal, revista e televisão; além de ser também “o conjunto de empresas (e cada uma delas) que produz e mercadoriza informação, entretenimento e publicidade”. (p. 34).

### **2.2.1 – Os estudos das mudanças a curto prazo das comunicações de massa e a compreensão que se tem atualmente dos efeitos a longo prazo**

Há algum tempo atrás, acreditava-se nos efeitos (ou nas mudanças) a curto prazo provocados pelos os *meios de comunicação de massa*<sup>18</sup> em seus “destinatários” – a chamada “*teoria hipodérmica*”, que defendia “uma relação direta entre a exposição às mensagens e o comportamento: se uma pessoa é ‘apanhada’ pela propaganda, pode ser controlada, manipulada, levada a agir.” (WOLF, 2001, p. 28).

Tal paradigma considerava que no processo comunicativo existia um sujeito ativo que emitia o estímulo e um sujeito passivo que se “impressionava” por esse estímulo e assim reagia instantaneamente, similar à *teoria behaviorista* (modelo estímulo-resposta). (WOLF, 2001).

WOLF (2001, p. 140) acredita que “Este paradigma está hoje profundamente modificado e alguns dos seus pressupostos foram abandonados ou transformados, isto é, passou-se dos efeitos entendidos como mudanças a curto prazo para os efeitos entendidos como conseqüências de longo prazo.”

Dessa maneira, entende-se hoje que “as comunicações não intervêm directamente no comportamento explícito; tendem, isso sim, a influenciar o modo como o destinatário organiza a sua imagem do ambiente.” (ROBERTS<sup>19</sup> apud WOLF, 2001, p. 140).

Ainda com relação a essa evolução sobre a questão dos efeitos, há uma mudança em duas coisas. Em primeiro lugar, o tipo de efeito, que passa a ser um “efeito cognitivo sobre os sistemas de conhecimento que o indivíduo assume e estrutura de uma forma estável, devido ao consumo que faz das comunicações de massa.” (WOLF, 2001, p. 140). Em segundo lugar, o quadro temporal também muda, passando de efeitos pontuais para efeitos cumulativos, “sedimentados no tempo”. (Id.).

Para WOLF (2001, p. 143) “Actualmente, no centro da problemática dos efeitos, coloca-se, portanto, a relação entre a acção constante dos *mass media* e o conjunto de conhecimentos acerca da realidade social, que dá forma a uma determinada cultura e que sobre ela age, dinamicamente.”

---

<sup>18</sup> Denominação traduzida do termo *mass media* (WOLF, 2001).

<sup>19</sup> ROBERTS, D. (1972). *The nature of communication effects*. In: SCHRAMM, W.; ROBERTS, D. (eds.), pp. 349-387.

Assim, a *acumulação* (poder dos meios de comunicação de massa para criar e manter a relevância de um tema); a *consonância* (mensagens mais semelhantes que dissemelhantes) e a *omnipresença* (difusão quantitativa dos meios de comunicação de massa e o caráter particular do saber público) são três características importantes dessa relação entre a ação da mídia e o conjunto de conhecimentos sobre a realidade social. (Ibid., p. 143-4).

### 2.2.2 – Compreendendo a “agenda” ou “agenda *setting*”

A hipótese de **agenda-setting** foi elaborada no final da década de 60 por M. McCombs e D. Shaw, devido à constatação dos mesmos com relação à grande ligação que existia entre aquilo que a imprensa destacava em suas questões e o nível de importância que as pessoas da comunidade (pessoas que estavam expostas à mídia) atribuíam ao que era noticiado.

Desta maneira, pode-se dizer que a hipótese de agenda-setting tem nos *meios de comunicação de massa* o seu objeto principal. (PAVARINO, 2003).

Segundo PAVARINO (2003), tais veículos de comunicação são os principais responsáveis pela ligação entre o acontecimento e a opinião pública, dizendo às pessoas sobre o que pensar, e assim, direcionando o público. Para esta autora, “A hipótese da Agenda-Setting propõe que aquilo que é comentado, discutido, pensado na esfera social deve-se, em grande parte, aos *mass media*.” (Id.).

WOLF (2001) comenta que com as modificações dos efeitos dos meios de comunicações de massa (de curto para longo prazo) surge a hipótese do **agenda-setting**, a qual defende que:

em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW<sup>20</sup> apud WOLF, 2001, p. 144).

COHEN (1963, p. 13) citado por WOLF (2001, p. 145) afirma que se é certo que a imprensa “pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, tem,

---

<sup>20</sup> SHAW, E. (1979). Agenda-setting and mass communication theory. *Gazette* (International Journal for Mass Communication Studies), vol. XXV, nº 2, pp. 96-105.

no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre que temas devem pensar qualquer coisa.”

WOLF (2001, p. 145-6) especifica alguns aspectos gerais da *hipótese de agenda-setting*:

- 1) a hipótese de agenda-setting é mais um núcleo de temas e de conhecimentos parciais que posteriormente pode ser organizado e integrado numa teoria geral sobre a mediação simbólica e sobre os efeitos de realidade exercidos pelos meios de comunicação de massa;
- 2) os diversos fatores que provocam certas “distorções involuntárias” na produção de informação e que são difundidas pelos meios de comunicação de massa também são relevantes quanto à hipótese de agenda-setting;
- 3) a hipótese de agenda-setting realça a diversidade existente entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social, apreendidos pelos meios de comunicação de massa e as experiências pessoais dos indivíduos.

Ainda para WOLF, “A hipótese do agenda-setting defende que os *mass media* são eficazes na construção da imagem da realidade que o sujeito vem estruturando.” (2001, p. 152).

Ao comentar sobre o poder de influência das notícias televisivas e o da imprensa escrita, WOLF (2001) coloca que esses dois meios de comunicações de massa são dotados de um poder de influência diferente. As notícias televisivas “são demasiado breves, rápidas, heterogêneas e ‘acumuladas’ numa dimensão temporal limitada, isto é, são demasiado fragmentárias para terem um efeito de agenda significativo.” (p. 148). Já as notícias escritas, conforme McCLURE & PATTERSON<sup>21</sup> citado por WOLF (2001, p. 148), escrevem que “A informação escrita fornece aos leitores uma indicação de importância sólida, constante e visível.”

WOLF (2001) comenta sobre uma pesquisa que visava verificar a função do *agenda-setting*, realizada por BECHELLONI (1982), a respeito do diário *L’Unità*, procurando perceber se o referido jornal orientava ou não a “percepção de mundo” dos leitores. O estudo revelou que os temas de importância nacional que eram cobertos na primeira página daquele jornal eram amplamente citados pelos leitores como questões que estavam na ordem do dia “o que significa que um assunto fortemente valorizado no jornal diário, tem quase todas as

---

<sup>21</sup> McCLURE, R.; PATTERSON, T. (1976). Print vs. Network news, *Journal of Communications*, vol. 26, nº 2, pp. 23-28.

probabilidades de o ser também na agenda dos leitores, enquanto um assunto pouco valorizado pode, também, em condições e segundo lógicas que seriam individualizadas, ser situado pelo próprio leitor em zonas de maior centralidade”. (BECHELLONI<sup>22</sup> apud WOLF, 2001, p. 155).

McCOMBS<sup>23</sup> citado por WOLF (2001, p. 161-2) defende que há nos meios de comunicação de massa uma eficácia temporalmente graduada e diferenciada:

Os jornais são os principais promotores da agenda do público. Definem amplamente o âmbito do interesse público, mas os noticiários televisivos não são totalmente desprovidos de influência. A televisão tem um certo impacto, a curto prazo, na composição da agenda do público. O melhor modo de descrever e distinguir essa influência será, talvez, chamar ‘agenda-setting’ à função dos jornais e ‘ênfatização’ (ou spot-lighting) à da televisão. O carácter fundamental da agenda parece, freqüentemente, ser estruturado pelos jornais, ao passo que a televisão reordena ou ressystematiza os temas principais da agenda.

Segundo WOLF (2001, p. 173) três tipos de agendas do público podem ser distinguidas:

- a) *Agenda intrapessoal*: a importância é atribuída a uma questão pela própria pessoa, de acordo com o seu sistema de prioridades;
- b) *Agenda interpessoal*: são temas que os indivíduos falam ou discutem entre si;
- c) *Percepção que um sujeito tem do estado da opinião pública*: importância que o indivíduo pensa que os outros atribuem ao tema.

Há também uma distinção que diz respeito ao modelo de efeito de agenda, na qual a influência cognitiva pode ser elaborada de três formas (*tripartição*), de acordo com WOLF (2001, p. 174):

- a) *Modelo do conhecimento*: refere-se à presença ou à ausência de um tema na agenda do público;
- b) *Modelo do realce*: presença de dois ou três temas que permite certas indicações sobre a sua importância relativa;
- c) *Modelo das prioridades*: hierarquia estabelecida pelos indivíduos, num conjunto mais completo de temas e que implica o confronto entre essa hierarquia e a atenção que os meios de comunicação de massa dedicam aos temas hierarquizados.

---

<sup>22</sup> BECHELLONI, G. (1982). (a cargo de) Il mestiere di giornalista. Sguardo sociológico sulle pratiche e sulla ideologia della professione giornalistica, Liguori, Nápoles.

<sup>23</sup> McCOMBS, M. (1976). Elaborating the agenda-setting influence of mass communications, *Bulletin of the Institute for Communication Research*, Keio University, p. 6.

### 2.2.3 – A circularidade circular da informação e a “falação esportiva”

Do que se estudou até aqui com relação às teorias de comunicação com efeitos de curto e de longo prazo, pode-se, agora, fazer uma “ponte” com o que BOURDIEU (1997) denomina como *circulação circular de informação*, ou seja, a mesma informação circulando entre diversos veículos de comunicação, como num círculo vicioso.

BOURDIEU (1997) acredita que “os produtos jornalísticos são muito mais homogêneos do que se acredita.” (p. 30), isto é, para ele, as diferenças mais evidentes dos jornais (sobretudo suas opiniões políticas) “ocultam semelhanças profundas, ligadas em especial às restrições impostas pelas fontes e por toda uma série de mecanismos, dos quais o mais importante é a lógica da concorrência.” (Ibid., p. 31).

Reforçando a idéia acima, BOURDIEU escreve que “para saber o que se vai dizer é preciso saber o que os outros disseram. Esse é um dos mecanismos pelos quais se gera a homogeneidade dos produtos propostos.” (1997, p. 32).

Para esse mesmo autor, existe um mecanismo de *circulação circular de informação*, que pode ser explicado da seguinte maneira: “o fato de os jornalistas, que, de resto, têm muitas propriedades comuns, de condição, mas também de origem e de formação, lerem-se uns aos outros, verem-se uns aos outros, encontrarem-se constantemente uns com os outros nos debates em que se revêem sempre os mesmos, tem efeitos de fechamento [do círculo vicioso] e, não se deve hesitar em dizê-lo, de *censura* tão eficazes”. (BOURDIEU, 1997, p. 34).

Dessa maneira, pode-se pensar que as pessoas que nos informam (no caso, os jornalistas) são informadas por outros informantes (outras “fontes”). (BOURDIEU, 1997).

BORELLI (2002) escreve que “pode-se dizer que a imprensa é que recria, engendra, produz os discursos sobre o esporte, construindo uma grande ‘falação esportiva’”.

Aproveitando o “gancho” da *circulação das informações*, cabe, aqui, um breve destaque à *falação esportiva*, denominação utilizada pelo ensaísta italiano Umberto Eco.

Segundo ECO (1984), há o “esporte ao quadrado” (p. 222), que é o *espetáculo esportivo*, “isto é, 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, e depois o jogo enquanto jogado por outros e visto por mim.” (Id.).

A partir do “esporte ao quadrado”, há o “esporte ao cubo, que é o discurso sobre o esporte enquanto assistido” (p. 223). Seria a *falação* da imprensa esportiva em primeira instância, o que engendra, na seqüência, um “esporte elevado à enésima potência” (Id.), ou o discurso sobre a própria imprensa esportiva.

Na opinião de ECO, “o esporte como prática não mais existe, ou existe por motivos econômicos (...) 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”. (1984, p. 224).

Ainda sobre a *falação esportiva*, MÜLLER (1996), escrevendo sobre a relação esporte e mídia, acredita que o esporte deixa de ter o caráter do “se-movimentar”, expressão que significa, resumidamente, a prática intencional e a reflexão da mesma; e passa, então (o esporte) a ser apenas comentado pelas pessoas: “o movimento, na verdade, nem existe, o que existe é alguém ou algo que se movimenta.” (p. 214).

Assim, pode-se dizer que a “falação esportiva” e a “circulação circular da informação” são dois conceitos que estão relacionados com a questão do *agenda-setting*, dito de outra forma, trata-se da maneira como os meios de comunicação de massa elaboram sua agenda, realizando uma grande circulação de notícias e falação a respeito daquilo que lhes interessa (ou é pautado por eles).

#### **2.2.4 – O jornalismo esportivo**

Segundo FREITAS FILHO (1985), “Esporte e jornalismo mantêm, hoje, mais do que nunca, uma estreita e harmoniosa relação em qualquer parte do mundo (...) por serem, de uma certa forma, atividades que se complementam.” (p. 51).

Significa que há, entre ambos, uma relação dupla: o esporte se serve da mídia (que o divulga e dissemina) e a mídia do esporte (utilizando-o como um produto para “tratar” e vender) – ou como FREITAS FILHO escreve, “Lucro, portanto, para ambas as partes.” (Ibid., p. 52).

Para FREITAS FILHO (1985), o jornalismo esportivo começou a se desenvolver a partir do momento em que as coberturas passaram a ser *permanentes*, ou seja, seqüenciais (para além do dia-a-dia), e não mais apenas a *cobertura circunstancial* (no momento de sua realização). Assim, os detalhes corriqueiros e a preocupação com as “imagens dos protagonistas do espetáculo” foram supervalorizados. Aos poucos, a notícia esportiva foi ganhando mais espaço nos jornais, conquistando sua própria editoria e constituindo sua equipe própria (repórteres, redatores e cronistas).

Com o jornalismo esportivo, isto é, o empreendimento da linguagem sobre o esporte, o movimento humano, especialmente o esporte, recebe um outro “tratamento”, criando outros entendimentos a respeito do mesmo. (BORELLI & FAUSTO NETO, 2002).

Segundo BORELLI (2002) “sem o empreendimento da linguagem sobre o esporte, ele passa a ser apenas uma atividade regrada, praticada pelos seus atores, ficando limitada à experiência daqueles que o vivenciam.”

Há, no jornalismo esportivo, a figura dos *especialistas*, responsáveis pelas *colunas especializadas*, que “ocupam lugar de destaque nas páginas de esporte e refletem imaginários, desejos, escolhas da opinião pública, instituindo identidades e construindo vínculos.” (Ibid, p. 64). Os colunistas, desta maneira, ao desenvolver seu trabalho, legitimam e institucionalizam o campo esportivo, promovendo uma grande *conversação* sobre os mais variados fatores.

Outra característica da relação esporte-jornalismo é a questão do espaço destinado ao esporte nos jornais. Quase que uma regra, o esporte *habita* as últimas páginas, “consideradas, juntamente com as primeiras, as mais atrativas e privilegiadas do conteúdo jornalístico. Desta maneira, ele tem um status diferenciado das demais editorias, pois é tematizado em lugares especiais.” (Ibid., p. 67).

BORELLI & FAUSTO NETO (2001) também consideram que o jornal tem uma característica peculiar, que é a de fazer uma análise mais aprofundada dos conteúdos (no caso, esportivos), se comparada às análises realizadas pelo rádio ou pela televisão no momento do acontecimento.

BETTI (1999, p. 397), atribuindo mais uma particularidade ao jornalismo, neste caso, aos jornais impressos, escreve que há uma *hierarquia de códigos*, isto é, uma dominação do verbal escrito sobre o código imagético.

A *polifonia* seria uma outra característica do jornalismo esportivo. Ela pode ser entendida como uma “grande interdiscursividade, reunindo inúmeras vozes de personagens do

campo esportivo e de outros que mantém relação com ele”. (BORELLI, 2002, p. 67). Assim, ela é utilizada para “didatizar, explicar, avaliar, enquadrar, tematizar o esporte com base em variadas falas (jogadores, técnicos, dirigentes, patrocinadores, torcedores, médicos e especialistas).” (Id.).

Ainda sobre essas *inúmeras vozes*, que permitem o jornalismo instituir<sup>24</sup> o esporte, BORELLI & FAUSTO NETO (2002, p. 68) escrevem que “[a partir delas] é que o campo esportivo ganha visibilidade na mídia, na medida em que são construídos sentidos através de enquadramentos, qualificações, nomeações, destaques, enfim, da tematização da atualidade.”

Para se legitimar interna e externamente, os espaços jornalísticos são regradados e realizados a partir do desenvolvimento de estratégias (nos mais diversos âmbitos), “para dar visibilidade ao acontecimento, que só existe na medida em que é construído, elaborado no espaço jornalístico pelos produtores da atualidade.” (BORELLI, 2002).

### **2.2.5 - O “agendamento” no esporte: conceitos e características**

Em seu artigo *O agendamento do esporte: uma breve revisão teórica e conceitual*, FAUSTO NETTO (2002) procura “refletir sobre o papel das agendas dos meios de comunicação sobre a realidade de cada um (...), o que a esfera das mídias tem a ver com a organização e/ou os interesses que constituem a nossa vida.” (p. 9-10).

FAUSTO NETTO (2002) comenta sobre o quanto nossas vidas, atualmente, são organizadas de “fora para dentro”, ou seja, o quanto que nossas rotinas, expectativas e prazos nos são, de certo modo, “impostos” ou “concebidos” por instituições, neste caso, os meios de comunicação.

Isso porque “a vida das pessoas e das instituições se apresenta cada vez mais pela mão dos meios de comunicação (...) [e também] os mídias se constituem lugar, hoje, onde os vínculos sociais se produzem com mais efetividade.” (FAUSTO NETTO, 2002, p. 10).

Mas isso não significa, para o mesmo autor, que os efeitos das mídias sejam tão deterministas sobre nossas mentes/intelecto/cognição como se imaginou por algum tempo.

---

<sup>24</sup> De acordo com BORELLI & FAUSTO NETTO (2002) e BORELLI (2002) o jornalismo institui o esporte de várias maneiras: cultuando o herói; criando “atores” do mundo esportivo; bisbilhotando a vida dos “olimpianos”; analisando competições e conjecturas; “fofocando”; sondando fatos, causas e conseqüências, orquestrando relatos sobre um fato particular (como uma despedida de um atleta, a conquista de um título, o fracasso etc).

Sobre isso (os efeitos deterministas das mídias), inicialmente FAUSTO NETO (2002) comenta que o campo midiático seria a principal instituição da atualidade em nossa sociedade, tendo o poder de nos dirigir, de forma estratégica, a agenda nossa de cada dia. Graças a isso, nossas vidas seriam conseqüências desse poder agendador.

Em seguida, ele escreve que “é certo que os mídias tenham o poder de agenda, e igual poder de nos ofertar temas para pensar. Porém, não significa dizer que pensamos exatamente nos formatos/enquadramentos sugeridos por eles.” (FAUSTO NETO, 2002, p. 11-2).

Segundo FAUSTO NETO “o campo das mídias é uma instância de produção, de organização e de tematização de agendas.” (2002, p. 10). Assim, os “estudos sobre agenda (...) representam uma nova faceta de pensar a questão do poder das mídias”. (Id.).

Mas o que é, então, a *agenda* e o *agendamento*?

Conceitualmente, as *agendas*, de acordo com BORELLI & FAUSTO NETO (2002, p. 73), “são temas, assuntos selecionados para serem ofertados aos leitores”.

Já o *agendamento* “é um trabalho discursivo que passa pelo modo de dizer de cada veículo e, é também nessa peculiaridade do modo de tratar a realidade com que cada jornal cria vínculos com seu leitorado, e também a maneira pela qual outros campos sociais atribuem confiabilidade ao dito do jornal.” (FAUSTO NETO, 2002, p. 16).

De forma mais clara, o *agendamento* pode ser entendido como “o processo em que são determinadas as questões mais importantes, é um trabalho discursivo empreendido pelas mídias.” (BORELLI & FAUSTO NETO, 2002, p. 73).

BORELLI (2003) argumenta que o *conceito de agendamento* está relacionado ao dizer jornalístico, e que esse “dizer” é realizado numa extração de determinados atos em meio a tantos outros, sendo que a escolha precisa ser qualificada para ter relevância. Essa mesma autora comenta que “no processo de agendamento, os jornais escrevem para dialogar com outros campos sociais, isto é, as agendas midiáticas são elaboradas em função de outras agendas e para um ‘leitor construído idealmente’”. (p. 2)

Conforme FAUSTO NETO (2002), ao se analisar o esporte, este deve ser entendido como um “campo social”. (p. 12). E “o agendamento do esporte na esfera das mídias, no Brasil, por exemplo, é uma conseqüência de inúmeras e complexas ‘transações’ que se desenvolvem entre campos e, principalmente, no âmbito de vários deles, envolvendo interesses, diferentes agendas e uma multiplicidade de significações de natureza simbólica.” (Id.).

Para FAUSTO NETO (2002) “O agendamento decorre de movimentos que a sociedade desenvolve mediante seus diferentes campos que, a seu turno, constituem suas respectivas agendas, movendo-as nos tabuleiros nas negociações, dos interesses, dos poderes e das ideologias.” (p. 12).

Procurando conceituar ainda o *agendamento*, BORELLI (2003) escreve que “O agendamento no esporte não se constitui apenas numa decisão unilateral dos mídias, pois ele resulta de movimentos que a sociedade realiza, a partir das relações entre os diversos campos sociais, constituindo suas próprias agendas, empreendendo negociações, disputas, *colocando à mesa* interesses, ideologias, culturas e poderes.” (p. 2).

Didaticamente, de acordo com FAUSTO NETO (2002, p. 13) há três grandes atores que constroem as agendas: *os promotores* (instituições empreendedoras da atividade esportiva, de natureza pública e privada, como por exemplo: agremiações, agências, atletas etc.); *os divulgadores* (constituídos pela esfera midiática, que faz a veiculação) e *os consumidores* (os públicos, aficionados etc.).

São “três subconjuntos que reúnem uma enormidade de campos: esportivo propriamente dito, político, financeiro, promocional, sindical-associativo; o midiático, na sua diversidade de veículos; e, finalmente, o público na sua heterogeneidade social e dos gostos e preferências.” (Id.).

Para se entender de forma mais aprofundada a questão do agendamento do esporte é necessário saber, em primeiro lugar, que a visibilidade midiática das instituições e dos campos sociais tem como objetivo o seu “funcionamento”; e em segundo lugar, que os processos de agendamento realizados pelos campos sociais têm o esporte como fim. (FAUSTO NETO, 2002, p. 14).

Na atividade midiática se “lida de um lado com as fontes, no processo de produção da atualidade. E de outro, com os receptores, quando disponibiliza para eles a edição de cada dia.” (Id.).

Também se deve considerar, pelas palavras de FAUSTO NETO (2002, p. 15) que “o jornalista é receptor de outros discursos que se fazem na sociedade por parte de outros campos.” Isto reforça o argumento utilizado por BOURDIEU (1997), quando o mesmo escreve que os nossos “informantes” também são “informados”, gerando uma certa homogeneidade nas informações.

Na tentativa de analisar algumas estratégias discursivas desenvolvidas pelos mídias (no caso, a *Folha de São Paulo*, *Zero Hora* e *A Razão*) na cobertura jornalística do contexto em que ocorreu a queda do treinador Wanderley Luxemburgo, então técnico da seleção brasileira de futebol nas Olimpíadas de Sidney-2000, BORELLI (2003), com o artigo intitulado '*A queda de um treinador: estratégias discursivas de agendamento e a demissão de Luxemburgo da Seleção Brasileira de Futebol*', verificou que o processo de agendamento é, cada vez mais, marcado por *multiagendas*, isto é, não se restringe apenas ao campo esportivo e midiático, mas também ao da justiça, da política, economia, opinião pública etc.

Resumidamente, em suas considerações finais, essa mesma autora comenta que o jornalismo "tem se tornado atualmente lugar de julgamento e sentenciamento" (p. 15), ou seja, com relação ao técnico, os jornais comportaram-se como autoridades competentes, fazendo suas próprias investigações e julgamentos. E acrescenta: "O técnico Luxemburgo foi julgado e condenado pelos jornais não só pela sua atuação dentro de campo [o Brasil foi eliminado das Olimpíadas e não estava indo muito bem nas Eliminatórias da Copa do Mundo 2002], mas também pelas suspeitas que recaiam sobre seu nome e que estavam sendo investigadas pela autoridade competente (MP, Justiça Federal)." (Id.).

Nesse mesmo artigo, faz-se uso do termo *olimpianos*<sup>25</sup> – referindo-se à figura do técnico Wanderley Luxemburgo. A utilização desta denominação caracteriza-se como uma das principais estratégias de produção de sentido dos jornais (mídia impressa) para dar inteligibilidade aos acontecimentos, e assim, garantir as vendas da edição, isto é, referir-se aos "olimpianos" do mundo esportivo, que são, para FAUSTO NETO<sup>26</sup> citado por BORELLI (2003, p. 4) "os heróis e mitos produzidos pela cultura de massa; espécie de celebridades dos mundos da política, do esporte, da televisão."

Ainda com relação aos *olimpianos*, BORELLI (2003) escreve que "Os jornais 'bisbilhotam' a vida dos 'olimpianos', seja qualificando ou desqualificando-os, apostando em uns, negando a existência de outros, classificando seus candidatos ao 'Olimpo', chamando a atenção para determinados aspectos." (p. 14).

---

<sup>25</sup> Expressão utilizada por Edgar Morin (1997), referindo-se aos astros de cinema, campeões, príncipes, reis, *playboys*, exploradores e artistas célebres, considerando-os como "sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam." (p. 106). Para este autor, os olímpianos são "heróis modelos" (p. 107), isto é, aqueles que estão presentes em todos os setores da cultura de massa e que a colocam em contato com o público.

<sup>26</sup> FAUSTO NETO, A. **Mortes em derrapagem: os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Fundo Editora, 1991.

BORELLI (2003) escreve que para a leitura do artigo anteriormente citado, alguns *conceitos* são considerados essenciais na compreensão daquilo que o trabalho jornalístico constrói:

- *Enumeração*: é o posicionamento do próprio jornal em relação ao acontecimento;
- *Polifonia*: é a multiplicidade de vozes e/ou falas para além da fala orquestrada do jornal (heterogeneidade discursiva);
- *Interdiscursividade*: outros discursos que tornam mais competente a estratégia discursiva;
- *Agendamento/tematização*: o agendamento seria um trabalho de produção de sentido, procurando “chamar a atenção”; e a tematização seria a relevância a determinados fatos da realidade social.

### 2.3 – FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

O procedimento utilizado para a realização deste estudo foi a *análise de conteúdo*, uma técnica de pesquisa oferecida pelas ciências humanas, conforme BARDIN<sup>27</sup> (s/d, p. 42) resumidamente designa como “Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.”

A *análise de conteúdo* caracteriza-se como uma atitude de vigilância crítica, na qual se nega uma leitura simples do real, procurando fazer uma compreensão dos fatos (ou das mensagens comunicativas) para além dos seus significados imediatos (BARDIN, s/d).

TRIVIÑOS (1995, p. 160), sustentado na obra *L'analyse de contenu*<sup>28</sup>, escrita por Laurence Bardin (em 1977) coloca que a análise de conteúdo tem algumas peculiaridades essenciais, como por exemplo, “ser um meio para estudar as ‘comunicações’ entre os homens, colocando ênfase no conteúdo ‘das mensagens’”.

---

<sup>27</sup> A obra original, em francês, data o ano de 1977, entretanto, a versão traduzida para a língua portuguesa, utilizada nesta minha pesquisa (a que tive acesso), não indica o ano da publicação.

<sup>28</sup> A qual TRIVIÑOS (1995, p. 159) atribui como “a obra verdadeiramente notável sobre a análise de conteúdo, onde este método, poder-se-ia dizer, foi configurado em detalhes, não só em relação à técnica de seu emprego, mas também em seus princípios, em seus conceitos fundamentais”.

GIL (1996) afirma que em virtude da grande produção de materiais pelos meios de comunicação de massa e da criação de técnicas para quantificá-los é que se determinou o desenvolvimento da *análise de conteúdo*, técnica que “possibilita a descrição do conteúdo manifesto e latente nas comunicações”. (p. 83-84).

Pode-se dizer que *análise de conteúdo* tem duas funções (que podem ou não se dissociar): uma função heurística, quando enriquece a tentativa exploratória, aumentando a propensão à descoberta; e uma função de administração da prova, quando usada “para servir de prova”. (BARDIN, s/d, p. 30). Neste estudo, em virtude de ser uma abordagem exploratória, a função heurística estará mais relacionada à pesquisa.

Segundo BARDIN “qualquer comunicação, isto é, qualquer transporte de significações de um emissor para um receptor controlado ou não por este, deveria poder ser escrito, decifrado pelas técnicas de análise de conteúdo.” (s/d, p. 32).

A execução da *análise de conteúdo* é organizada em torno de três pólos cronológicos que são: (1) a pré-análise; (2) a exploração do material, e (3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. (BARDIN, s/d, p. 95).

Procurando explicar sucintamente cada uma dessas etapas no processo de uso da análise de conteúdo, TRIVIÑOS (1995, p. 161-2) considera que a pré-análise relaciona-se com a organização do material; a descrição analítica, a segunda etapa, é quando o material é submetido a um estudo aprofundado e orientado; e por fim, a terceira etapa – a interpretação referencial, é quando se procura estabelecer relações e reflexões sobre o assunto estudado.

Para tratamento dos dados, então, foram construídas *categorias de análise* (análise categorial), as quais contêm as unidades de codificação (unidades de registros) e unidades de contexto. (BARDIN, s/d).

PIRES (2002, p. 276) escreve que a análise de conteúdo, entendida como “a etapa de descrição/interpretação” dos dados, deve identificar “as unidades de codificação e de contexto”, o que torna dupla “a tarefa requerida ao pesquisador: por um lado, é necessário compreender o ‘sentido mais direto das comunicações, como um receptor normal’; por outro, deve-se ‘tentar desviar o olhar para uma outra significação, uma outra mensagem entrevista através ou ao lado da mensagem primeira’” (citando BARDIN, s/d, p. 41).

Para BARDIN (s/d, p. 103) “Tratar o material é codificá-lo. A codificação corresponde a uma transformação – efectuada segundo regras precisas – dos dados brutos do texto”.

Os elementos do texto que foram “recortados” (ou que foram contados) são chamados de *unidade de registro*, conceituados por BARDIN como sendo “a unidade de significação a codificar e corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial.” (s/d, p. 104).

As unidades de registro mais utilizadas são: a palavra (palavras-chave); o tema (quando se quer estudar, por exemplo, motivações de opiniões, de atitudes, de valores, de crenças e de tendências); o objeto ou referente (temas eixo); o personagem (características e atributos); o acontecimento e o documento. (Ibid., p. 105-107).

Essas unidades de registro podem ser enumeradas (termo usado para se referir ao modo de contagem) de várias formas: por presença ou ausência; por frequência (é a mais usada); frequência ponderada; pela intensidade (indispensável na análise de valores e das atitudes); pela direção (favorável, desfavorável ou neutro); pela ordem e por co-ocorrência. (Ibid., p. 108-114).

As unidades de registro, por si só, nada significam. Elas devem estar contextualizadas, devem estar dentro de um contexto. Para isso, existe a *unidade de contexto*, que “serve de unidade de compreensão para codificar a unidade de registro e corresponde ao segmento da mensagem cujas dimensões (...) são ótimas para que se possa compreender a significação exacta da unidade de registro.” (BARDIN, s/d, p. 107).

Dessa forma, PIRES (2002, p. 277) considera as unidades de contexto como “descrições mais amplas (o olhar desviado), que se relacionam com aquelas [unidades de codificação], possibilitando compreender o sentido próprio dos itens destacados como unidades de codificação no interior da estrutura de significação em que se encontram inseridas.”

Conforme BARDIN (s/d, p. 117) “A categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos.” Em outras palavras, a categorização é a “passagem de dados brutos a dados organizados” (Ibid., p. 119).

Assim definida, a categorização tem como objetivo primeiro “fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos.” (Id.).

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS**

Diante do material coletado, fez-se uma pré-análise de todas as reportagens relacionadas à seleção brasileira masculina de voleibol. Essa pré-análise consistiu em descrever, de forma sucinta, os temas das reportagens com a respectiva data de publicação. Feito isso, procurou-se analisar quais temas eram mais recorrentes (as unidades de registro), ou seja, palavras/temas/expressões que freqüentemente voltavam a aparecer ou a fazer parte da constituição do *Jornal Folha de São Paulo* (FSP).

Assim, foram criadas as *categorias de análise*, que são formadas pelas unidades de registro que se mostraram recorrentes. As categorias foram construídas de acordo com o objetivo do estudo, que era encontrar as estratégias de como a mídia impressa utiliza o discurso midiático.

Tais categorias, neste estudo, foram separadas em dois períodos temporais: o *período Pré-Olimpíada* (anterior aos Jogos Olímpicos de Atenas 2004, compreendido do dia primeiro de maio até o primeiro dia da Olimpíada, dia treze de agosto, data de sua abertura – totalizando 62 reportagens da FSP) e o *período Olímpico* (do primeiro dia de competições, dia quatorze até dia trinta de agosto, dia seguinte ao término das Olimpíadas - totalizando 36 reportagens da FSP).

As repercussões das Olimpíadas não serão tratadas neste estudo, pelo fato de as mesmas não se tratarem do agendamento em si (o objeto de estudo). Apesar disso, estão na Base Documental e totalizam 14 reportagens da FSP.

As *categorias* criadas em virtude das unidades de registro com relação ao *período Pré-Olimpíada* foram: **laboratório, favoritismo, estilo Bernardinho e retrospecto**.

Já as *categorias* criadas para o *período Olímpico* são: **família Bernardinho, missão Atenas, retrospecto e favoritismo**.

Na seqüência, seguem dois quadros a fim de melhor exemplificar as categorias e seus respectivos contextos dentro dessa divisão temporal estipulada, em ordem decrescente de número de registros. A seguir, estes quadros são desdobrados argumentativamente nos tópicos 3.1 e 3.2.

<b>Quadro I:</b> Identificação das categorias e seus respectivos contextos no Período Pré-Olimpíada	
<b>Laboratório</b>	Registros que indicavam a Liga Mundial de Vôlei como uma espécie de <i>laboratório</i> (uma preparação) para a seleção brasileira, além das indefinições da equipe titular (testes, rodízios e lesões) e de quais jogadores seriam escolhidos para ir aos Jogos Olímpicos de Atenas.

<b>Favoritismo</b>	Categoria constituída pelas reportagens que atribuíam à seleção brasileira masculina de vôlei o favoritismo ao ouro olímpico, utilizando as vitórias dos jogos da Liga Mundial, a invencibilidade da equipe e a sua liderança no grupo como forma de fortalecer o favoritismo.
<b>Estilo Bernardinho</b>	Categoria formada pelo conjunto de registros que evidenciavam, na figura do técnico da seleção masculina de vôlei, o <i>Bernardinho</i> , características individuais, constituintes de seu “estilo” como: perfeccionista, exigente, preocupado, enigmático, trabalhador, vencedor etc.
<b>Retrospecto</b>	Categoria em que se utilizou o retrospecto da seleção brasileira de vôlei, desde a entrada de Bernardinho no comando da equipe, com “11 títulos em 14 torneios disputados”. Não se trata apenas do retrospecto da Liga Mundial 2004, mas de todas as competições até então disputadas tendo Bernardinho como técnico.

<b>Quadro II: Identificação das categorias e seus respectivos contextos no Período Olímpico</b>	
<b>Família Bernardinho</b>	Os registros jornalísticos relacionados à figura do técnico Bernardinho e seus “comandados”, enfatizando a união e harmonia entre ambos, formando quase que uma “ <i>família</i> ”; além do acompanhamento da rotina da seleção (dos treinos e curiosidades sobre o técnico e os jogadores).
<b>Missão Atenas</b>	Categoria constituída de reportagens (registros) que informavam o leitor sobre os jogos da equipe de vôlei brasileira na Olimpíada (agendando-os e comentando suas repercussões), referindo-se, especificamente, quanto à campanha do vôlei masculino, como uma “missão” que visava a obtenção da medalha de ouro.
<b>Retrospecto</b>	Trata-se de uma categoria criada em decorrência da intensa utilização do retrospecto da seleção brasileira de vôlei desde que Bernardinho assumiu a equipe, conquistando “ <i>11 títulos em 14 torneios disputados</i> ”. A invencibilidade em partidas oficiais e no torneio olímpico também servem para reforçar o favoritismo brasileiro.
<b>Favoritismo</b>	Categoria formada pelas reportagens que indicavam a seleção brasileira masculina de vôlei como a (ou uma das) favorita(s) à conquista da medalha de ouro nas Olimpíadas. Neste período, os registros que se referiam ao favoritismo foram utilizados de forma menos intensa se comparado ao Período Pré-Olimpíada.

### **3.1 - PERÍODO PRÉ-OLIMPÍADA: AS CATEGORIAS E SEUS RESPECTIVOS CONTEXTOS**

#### **3.1.1 – Laboratório**

Esta categoria é constituída pelo conjunto de notícias que indicavam a Liga Mundial<sup>29</sup> de Vôlei (que iniciou em junho) como sendo uma espécie de laboratório para a seleção brasileira, em que o técnico poderia utilizar todas as suas estratégias para definir uma equipe titular e, assim, ter tempo suficiente para escolher quais, entre os dezesseis jogadores, estariam nas Olimpíadas. Neste sentido, muito se fez uso de expressões como “preparação”, “laboratório”, “fase inicial de treinamento”, “evolução”.

A “briga” por posições dos jogadores, os “rodízios” utilizados pelo técnico como uma estratégia para “montar” a equipe, as “indefinições”, “trocas” e “escalações diferentes” compõem esta categoria, além das “lesões”, pois, nesse período muitos jogadores se lesionaram, permitindo os tais rodízios dos jogadores e a indefinição da equipe.

Na reportagem da *Folha de São Paulo* (FSP) do dia 04 de junho de 2004, o “laboratório” começa a ser estruturado: “O campeonato é o último antes das Olimpíadas e peça-chave na preparação das seleções que estarão em Atenas.” (FSP, 04/06/2004). Nessa mesma reportagem, entretanto, os adversários do Brasil na fase inicial da Liga são desqualificados e já se projeta a classificação da equipe para a fase final da competição: “Testes de forças contra adversários dos Jogos [Olímpicos] o time de Bernardinho só fará se chegar à etapa final, de 16 a 18 de julho, na Itália.” (FSP, 04/06/2004).

A “preparação” da equipe é enfatizada: “Diante de um cenário não muito ameaçador, a seleção vai aproveitar os 12 jogos da primeira fase para ganhar ritmo.” (FSP, 04/06/2004).

A questão dos “rodízios” começa a aparecer próximo ao jogo contra a Espanha: “Bernardinho começa hoje a mexer em suas peças. Nos confrontos contra a Espanha pela Liga Mundial, o técnico da seleção dá início a um rodízio, uma série de testes que o levarão a montar a equipe que entrará na Vila Olímpica de Atenas em agosto.” (FSP, 12/06/2004).

Foca-se também sobre a escolha dos doze jogadores para a seleção da Olimpíada, na qual o técnico Bernardinho fala que “agora vou começar a mexer nas peças. Minha primeira grande decisão serão os 12 da fase final [de 16 a 18 de julho], se formos à Itália”. (FSP,

---

<sup>29</sup> A *Liga Mundial de Vôlei*, evento anual, criado pela Federação Internacional de Voleibol – FIVB, no ano de 1990, tendo como objetivo facilitar o intercâmbio entre os países participantes e valorizar o calendário de competições da entidade, e principalmente, procurar profissionalizar o esporte. (ANFILO, 2003). Basicamente, trata-se de uma competição com duração de aproximadamente dois meses, em que as doze principais seleções de voleibol do mundo são dispostas em três grupos com quatro equipes cada. Os times de cada grupo se enfrentam em duas partidas em casa e duas na casa do adversário. Classificam-se para a fase final os primeiros colocados de cada chave, além do país-sede.

12/06/2004). O treinador também comenta que a seleção para as Olimpíadas será definida “aos 48 minutos do segundo tempo e com prorrogação”. (FSP, 12/06/2004).

Com todos os problemas de uma competição, como muitas viagens, cansaço dos jogadores, observações dos adversários ao seu estilo de jogo brasileiro, o técnico Bernardinho, em uma entrevista coletiva citada pela colunista da FSP – *Cida Santos*, questiona sobre até que ponto a Liga Mundial realmente prepara sua equipe para os Jogos de Atenas e se não disputar a Liga em ano olímpico seria uma vantagem.

As “dúvidas” do técnico vão surgindo jogo após jogo, em virtude dos “testes” realizados por ele: “A seleção se recuperou, arrasou a Espanha no segundo jogo pela Liga Mundial e aumentou ainda mais as dúvidas de Bernardinho. Como havia prometido, o técnico fez novos testes. O oposto André Nascimento substituiu Anderson, e André Heller deu vaga a Henrique no meio-de-rede.” (FSP, 14/06/2004). Na entrevista, o técnico comenta: “Esse fim de semana me deixou com ainda mais dúvidas, prova de que temos muitas opções.” (FSP, 14/06/2004).

Para o jogo seguinte (contra Portugal), novas mudanças foram feitas, as quais não preocuparam o treinador com relação à falta de ritmo que tais trocas poderiam ter provocado.

Diante dessa “preparação” para os Jogos Olímpicos, fala-se também sobre a última partida oficial da seleção no Brasil antes dos Jogos Olímpicos: “Amanhã, [jogo contra a Grécia] a seleção deve fazer seu último jogo oficial no país antes do início das Olimpíadas, em agosto.” (FSP, 26/06/2004). O mesmo aparece numa reportagem na qual os jogadores entrevistam o técnico: “[a seleção] que faz hoje seu último jogo em competições oficiais no Brasil antes da Olimpíada” (FSP, 27/06/2004). Em uma outra reportagem, além de comentar a vitória sobre a Grécia, a última partida oficial no Brasil volta a aparecer: “Hoje os brasileiros voltam a jogar com os gregos, na última partida oficial da seleção masculina em solo brasileiro antes dos Jogos de Atenas” (FSP, 27/06/2004).

As diferentes “formações” da equipe continuaram a acontecer: “Para o segundo jogo com a Grécia, Bernardinho mudou o time. André Nascimento entrou no lugar de Anderson, e o meio-de-rede Henrique substituiu Rodrigo.” (FSP, 28/06/2004).

Os primeiros dois jogadores a serem cortados da seleção foram Marcelinho e Roberto Minuzzi, gerando mais expectativas quanto aos outros dois que ainda serão cortados próximo aos Jogos. (FSP, 29/06/2004).

A “preparação” continua – desta vez o jogo contra a Espanha, que o técnico “queria aproveitar o jogo para dar ritmo ao time” (FSP, 03/07/2004).

As “trocas” e as “lesões” também continuam: “Bernardinho escalou o time com o oposto André Nascimento no lugar de Anderson, e Giba na vaga de Giovane na ponta. No meio-de-rede, André Heller substituiu Gustavo, poupado por causa de uma tendinite no joelho.” (FSP, 05/07/2004).

A “talvez confirmação” de que a Liga Mundial serviria como base de preparação para os Jogos Olímpicos pode ser afirmada pela seguinte colocação: “Bernardinho queria chegar à fase decisiva da Liga Mundial com um esboço da base que viajará com ele a Atenas. Não pôde.” (FSP, 16/07/2004). Isso porque, segundo o Jornal, as lesões constantes (de Giba, Nalbert, Rodrigão, Giovane e Gustavo) e a falta de testes consistentes na etapa classificatória da Liga Mundial acabaram deixando o técnico com mais dúvidas ainda.

Mesmo na fase final da Liga Mundial, as “trocas” e “lesões” continuavam: “Bernardinho escalou André Heller e Gustavo no meio e Giovane e Dante nas pontas. Giovane, com dores na panturrilha, deu lugar a Giba logo no primeiro set e é dúvida para hoje.” (FSP, 17/07/2004).

Após vencer a Iugoslávia na fase final da Liga Mundial, novamente aparece tal competição como “preparação”: “Bernardinho passou toda a Liga Mundial à procura de um time” (FSP, 18/07/2004). Também aparecem as trocas/lesões/indefinições, às vésperas da disputa do título contra a Itália: “A principal mudança na equipe foi a entrada de André Nascimento na vaga de Anderson. As outras duas alterações foram reflexo das sucessivas contusões que assolaram o grupo. O meio André Heller continuou na vaga que era de Rodrigão, sacado da fase decisiva por causa de uma lesão. Já Giba substituiu Giovane, que saiu anteontem com dores na panturrilha. O time ainda teve Ricardinho, Dante, Gustavo e Escadinha.” (FSP, 18/07/2004).

Após a conquista da Liga Mundial, aponta-se a evolução de alguns jogadores, como Dante – “parecia um tanto inseguro no início da competição, entrou no time titular no lugar de Nalbert e aos poucos, foi ganhando confiança.” (FSP, 19/07/2004); Giba – “deu show de bola” (FSP, 19/07/2004) e André Nascimento – “voltou a jogar bem” (FSP, 19/07/2004).

Coloca-se em questão, novamente, a escolha dos 12 jogadores que irão aos Jogos Olímpicos: “O técnico Bernardinho terá que decidir os 12 jogadores que vão para os Jogos

Olímpicos. E essa decisão terá que ser logo e, por causa dos problemas físicos, não será fácil.” (FSP, 19/07/2004).

Terminada a Liga Mundial, afirma-se que “Bernardinho queria, como a maior parte das seleções, usar a Liga como laboratório.” (FSP, 19/07/2004). As trocas/indefinições foram utilizadas pelo *Jornal Folha de São Paulo* pelo termo de “cobaias”: Nalbert foi substituído por Dante, Rodrigão por André Heller, Giovane por Giba e Anderson por André Nascimento – referindo-se às lesões que acabaram modificando a seleção.

Também após o término da Liga, o *Jornal Folha de São Paulo* passou a enfatizar a definição dos 12 jogadores que iriam a Atenas. Ainda em meio às comemorações pelo título da Liga, aparece que “O técnico não sabe quando vai anunciar os 12 jogadores que vão à Olimpíadas. Ele quer esperar até os ‘48 minutos do segundo tempo’ para fazer cortes.” (FSP, 19/07/2004).

Dois dias depois fala-se novamente no *Jornal* sobre a definição da equipe (os 12 jogadores) com previsões: “Os treinos no CT [centro de treinamento] de Saquarema serão definitivos para a decisão dos 12 jogadores que vão à Olimpíada. Após a Liga, André Heller sai na frente de Henrique na disputa pelo meio-de-rede. Gustavo e Rodrigão, este último caso esteja recuperado de lesão na perna, serão os outros nomes na posição.” (FSP, 21/07/2004).

No dia seguinte, 22 de julho, é publicado que Bernardinho, mesmo querendo anunciar “só ‘em cima da hora’ os inscritos para a Olimpíada grega”, a pedido do Comitê Olímpico Brasileiro, teve que antecipar sua “dispensa”: “Bernardinho excluiu da lista enviada ao COB o meio-de-rede Henrique, campeão mundial em 2002, para dar espaço a André Heller, que tem tido boas atuações desde o ano passado e que foi destaque na reta final da Liga Mundial.” (FSP, 22/07/2004). Também ficou de fora o ponta Murilo, que jogou a Liga na vaga de Nalbert.

Deste momento dos cortes até o início dos Jogos Olímpicos, a ênfase foi dada ao jogador Nalbert (sua lesão no ombro): “O atacante, que há quatro meses sofreu uma cirurgia no ombro esquerdo, vai poder jogar a Olimpíada.” (FSP, 26/07/2004); “O capitão está treinando sem restrições, mas ainda tem receio de fazer certos movimentos após a operação no ombro.” (FSP, 03/08/2004); “O capitão da seleção já está apto a atuar” (FSP, 06/08/2004) e “Nalbert volta a jogar” (FSP, 07/08/2004) – também foi dada ênfase à lesão de Rodrigão (dúvida se teria condições de ir aos Jogos): “Com Nalbert confirmado, só Rodrigão é dúvida” (FSP, 03/08/2004) – e o corte de Henrique: “O técnico Bernardinho cortou ontem o central

Henrique e definiu a seleção brasileira que participará dos Jogos de Atenas.” (FSP, 11/08/2004).

### 3.1.2 – Favoritismo

Esta categoria caracteriza-se pela idéia do favoritismo que se criou em relação à equipe brasileira quanto à conquista da Olimpíada 2004, com expressões como “perspectivas de ouro são grandes”, “o melhor time do mundo” e “favoritos da delegação nacional”. Além de colocar a seleção brasileira no rol dos favoritos, geralmente ao lado da Itália, Rússia e Sérvia e Montenegro, era reforçada e sustentada a idéia do “*favoritismo*” pelo fato dessa mesma seleção ter tido um período de grande invencibilidade e também pela liderança conquistada em seu Grupo na Liga Mundial.

As estratégias discursivas do agendamento em relação ao “*favoritismo*” tiveram seu início ainda em maio, na coluna de *Cida Santos*, quando a mesma colunista comenta sobre as 12 seleções que irão a Atenas, ao escrever que “No grupo dos favoritos estão Brasil, Itália, Sérvia e Montenegro e Rússia.” (FSP, 31/05/2004).

Essa mesma colunista, numa outra data, ainda escreve sobre o sorteio que definirá a ordem dos jogos de vôlei em Atenas, “prevendo” qual seria o grupo do Brasil: “No masculino, por ser o número um [do ranking da FIVB], o Brasil deverá ficar no grupo da Itália (2º), Rússia (5º), EUA (6º), Holanda (12º) e Austrália (21º).” (FSP, 07/06/2004). Na seqüência do texto, o favoritismo brasileiro é novamente apontado: “Repare que se confirmada essa formação um dos grupos terá três dos quatro grandes favoritos ao ouro: Brasil, Itália e Rússia [a outra seleção seria Sérvia e Montenegro que estaria no outro grupo]”. (FSP, 07/06/2004).

Outra estratégia desenvolvida para agendar o evento esportivo, na qual a seleção brasileira fazia parte foi utilizar as vitórias dos jogos na Liga Mundial, a invencibilidade da equipe e a sua liderança no grupo – tudo isso para “fortalecer” ainda mais o favoritismo da equipe brasileira para as Olimpíadas.

No dia 13/06 é noticiada a vitória brasileira sobre a Espanha, o primeiro teste no Brasil pela Liga Mundial: “Brasil vence Espanha com erros e uma atuação aquém da esperada”. (FSP, 13/06/2004). No dia 14/06, novamente é noticiada sobre a vitória brasileira na Liga: “A

seleção se recuperou, arrasou a Espanha no segundo jogo pela Liga Mundial”. (FSP, 14/06/2004).

Seguindo essa estratégia do agendamento utilizando as vitórias da seleção brasileira, desta vez foi contra a seleção de Portugal: “Sem dificuldade, a seleção brasileira masculina de vôlei bateu Portugal ontem, em Campo Grande, por 3 a 0 (25/16, 25/19 e 25/16) e manteve a liderança no Grupo A e a invencibilidade na Liga Mundial.” (FSP, 20/06/2004). Importante notar aqui as três estratégias em uma só “pincelada”: a vitória, a invencibilidade e a liderança no grupo.

Em outra reportagem do dia 27/06 os jogadores fizeram perguntas ao técnico, e Anderson questiona Bernardinho sobre sua expectativa para a Olimpíada, tendo como resposta “a competição vai ser equilibrada, como vem sendo o vôlei masculino nos últimos anos.” (FSP, 27/06/2004-02), demonstrando a preocupação dele quanto ao favoritismo que começou a ser criado sobre sua equipe.

No mesmo dia (27/06) a estratégia de colocar as vitórias da seleção é novamente utilizada: “Brasil vence a Grécia e segue invicto na Liga” (FSP, 27/06/2004-03). Da mesma forma, no dia seguinte aparece: “Seleção vence Grécia e mantém invencibilidade na Liga.” (FSP, 28/06/2004). Além da divulgação da vitória, o “gancho” com relação às vitórias no grupo e à invencibilidade na Liga: “O Brasil soma oito vitórias no Grupo A e é o único invicto da competição.” (FSP, 28/06/2004).

Pelo fato de ser o “Único invicto” na Liga Mundial, a estratégia é utilizada também no dia 29/06, numa pequena notícia sobre o corte do levantador Marcelinho e da viagem da seleção à Europa.

No dia 02/07, de novo a estratégia: “Líder isolada e única invicta na Liga Mundial, a seleção brasileira masculina enfrenta hoje, às 15hs, a Espanha” (FSP, 02/07/2004). No dia seguinte é noticiada a vitória sobre a seleção da Espanha por 3 a 2 e a invencibilidade da mesma na competição: “A seleção masculina precisou de cinco sets para bater a Espanha, em Valladolid (25/20, 25/21, 23/25, 34/36 e 15/4), seguir como única invicta na Liga Mundial e assegurar vaga antecipada nas finais”. (FSP, 03/07/2004).

No dia posterior à primeira vitória contra os espanhóis, além de informar sobre o segundo jogo, fala-se sobre o retrospecto na Liga: “A vaga na fase final já está assegurada. O retrospecto é invejável: nove vitórias em nove jogos.” (FSP, 04/07/2004).

No dia 05/07, continuando com a estratégia discursiva do agendamento pelo “*favoritismo*”, comenta-se a nova vitória brasileira: “o Brasil arrasou ontem a Espanha por 3 sets a 0 (25/15, 25/13 e 25/19)” (FSP, 05/07/2004) e também, no final da reportagem, comenta-se a invencibilidade: “O Brasil, já classificado e único invicto na Liga Mundial, enfrenta Portugal no próximo final de semana”. (FSP, 05/07/2004).

Mantendo a estratégia de falar sobre a invencibilidade, no dia 10/07, dia do primeiro jogo contra Portugal, numa pequena notícia aparece: “Única invicta, a seleção disputa a decisão entre os dias 16 e 18, na Itália.” (FSP, 10/07/2004).

Desta vez na coluna de *Cida Santos* consta: “O Brasil é o único invicto com 100% de aproveitamento na Liga” (FSP, 12/07/2004), referindo-se, novamente, à sua invencibilidade. Nesse mesmo dia, na segunda vitória sobre a seleção portuguesa menciona-se: “A seleção masculina venceu ontem Portugal, por 3 sets a 1 (23/25, 25/19, 25/19 e 25/15), no Porto, e encerrou invicta a primeira fase da Liga Mundial.” (FSP, 12/07/2004).

Próximo à fase final da Liga, continua a ser publicado sobre a invencibilidade, em uma reportagem que destacou a trajetória da equipe na Liga Mundial: “seu time [de Bernardinho] chega à decisão em Roma (Itália) como único invicto.” (FSP, 16/07/2004).

Já no dia 17/07, comenta-se a vitória sobre a Bulgária, primeiro jogo da fase final da Liga e sua invencibilidade: “O Brasil, ouro na Liga em 2001 e 2003 e prata em 2002, segue como único invicto após os 3 a 1 (25/17, 32/30, 18/25 e 25/21) na Bulgária.” (FSP, 17/07/2004).

Em seguida, menciona-se a vitória sobre Sérvia e Montenegro, no segundo e penúltimo jogo da fase final da Liga: “a seleção fez sua melhor apresentação na Liga até agora e marcou 3 sets a 0 (25/23, 32/30 e 25/20) sobre a campeã olímpica Sérvia e Montenegro.” (FSP, 18/07/2004) – e como não deveria de ser, fala-se sobre a invencibilidade.

No terceiro e decisivo jogo da etapa final, comenta-se a vitória e a conquista do título da Liga Mundial sobre a Itália: “A seleção precisou de uma hora e 35 minutos e 3 sets a 1 (25/23, 25/19, 25/27 e 25/17) na final sobre a Itália” (FSP, 19/07/2004-23). Nessa mesma reportagem aparece sobre a estratégia discursiva relacionada ao favoritismo para a Olimpíada: “O time de Bernardinho mostrou porque é um dos favoritos ao ouro em Atenas e conquistou o tetracampeonato da Liga Mundial.” (FSP, 19/07/2004-23).

Nesse mesmo dia, 19/07, na coluna de *Cida Santos*, faz-se, de novo, o “gancho” do favoritismo nas Olimpíadas para a seleção de Bernardinho: “na reta final da Liga, o Brasil

teve a chance de enfrentar dois candidatos as medalhas olímpicas. E atropelou os dois: Itália e Sérvia. As perspectivas de ouro em Atenas são grandes”. (FSP, 19/07/2004-17).

Em meio a esse favoritismo em relação a Atenas, devido principalmente à conquista da Liga, o levantador Ricardinho, numa entrevista, diz: “Na Itália, a gente festejou de forma contida. Foi reflexo da pressão que já estamos sentindo pela Olimpíada. Eu, por exemplo, acordo e durmo pensando nisso.” (FSP, 21/07/2004).

O agendamento por meio da estratégia discursiva do “*favoritismo*” é novamente utilizado no dia 22/07: ‘Agora, com três títulos nas quatro últimas edições da Liga Mundial (2001, 2003 e 2004) e com o inédito título mundial em 2002, é a favorita [a seleção brasileira] ao degrau mais alto do pódio em Atenas.’ (FSP, 22/07/2004).

No dia 08/08, em uma reportagem sobre o técnico da equipe norte-americana Doug Beal, que também foi técnico da equipe que ganhou a medalha de ouro em 1984, traça-se um paralelo entre aquela seleção (considerada na época imbatível) com a seleção de Bernardinho 2004. Em uma das respostas de Doug Beal, o mesmo afirma que “Não há dúvida de que é o melhor time [o Brasil] neste momento e que vai para Atenas como favorito ao ouro.” (FSP, 08/08/2004). Assim, novamente evidencia-se uma estratégia de discurso do agendamento através do favoritismo.

Em 09/08 é noticiada a perda da invencibilidade de um ano da seleção brasileira em um amistoso contra a França: “No último amistoso realizado antes dos Jogos Olímpicos de Atenas, a seleção brasileira masculina de vôlei foi derrotada, ontem, de virada, pela equipe da França.” (FSP, 09/08/2004).

Poucos dias antes do início dos Jogos Olímpicos intensifica-se a estratégia discursiva utilizada pelo *Jornal Folha de São Paulo* a fim de agendar quanto ao favoritismo da seleção brasileira masculina, como se poderá ver a seguir: “Não há dúvidas: o Brasil tem hoje o melhor time do mundo.” (FSP, 09/08/2004-37). Também se projeta a possível final dos Jogos na coluna de *Cida Santos*: “A minha aposta é uma final entre Brasil e Itália, que vai estar poderosa também em Atenas. Mas, se o time brasileiro estiver inteiro fisicamente em quadra, tem tudo para, pela primeira vez na história, obter a tríplice coroa: ser o atual campeão do mundo, da Liga Mundial e olímpico.” (FSP, 09/08/2004-39).

Aparece também o desejo de repetir o passado: “O Brasil, que quer repetir o ouro de Barcelona-92, está no Grupo B e pega na fase inicial Itália, Holanda, Rússia, EUA e Austrália” (FSP, 11/08/2004).

No dia 12/08, fala-se sobre os brasileiros favoritos ao ouro, e especificamente sobre o vôlei, apontam Maurício e Giovane como candidatos ao “bis do ouro olímpico” e Bernardinho é apontado pelo fato de poder ser um dos primeiros técnicos a triunfar em equipes de sexos diferentes.

Bernardinho, no dia 13/08, diz não haver garantia de ouro: “Os favoritos são Sérvia e Montenegro, Brasil, Rússia e Itália.” (FSP, 13/08/2004).

Por fim, no dia da abertura dos Jogos Olímpicos, dia 13/08, em uma reportagem sobre o “bixo” que seria pago aos jogadores em caso de conquistar o ouro, aparece: “A seleção, que com Bernardinho foi campeã mundial em 2002 e conquistou três Ligas Mundiais (2001, 2003 e 2004), começa a busca pelo bi olímpico às 10hs de domingo contra a Austrália.” (FSP, 13/08/2004).

### **3.1.3 – Estilo Bernardinho**

Com relação a esta categoria – “*Estilo Bernardinho*” – trata-se de uma estratégia discursiva que atribuiu ao técnico da seleção brasileira masculina de vôlei várias características com ênfase no individual, ou seja, na própria figura do técnico. As mais variadas qualificações/adjetivos/denominações lhe foram atribuídas: “insatisfeito”, “motivador”, “perfeccionista”, “reservado”, “concentrado”, “exigente”, “preocupado”, “enigmático”, “detalhista”, “trabalhador” e “vencedor”.

O início desta forma de agendamento na figura do técnico da seleção se dá no dia 13/06, alguns dias após a estréia na Liga Mundial, após o primeiro jogo no Brasil contra a seleção espanhola. Comentam o jogo e o “estrategista” Bernardinho: “Além de pôr Marcelinho, substituto de Maurício, Bernardinho mexeu no meio: Rodrigão deu vaga a André Heller, que fez seu primeiro jogo pela seleção neste ano.” (FSP, 13/06/04). Também comenta, de forma bem implícita, a “preocupação” do técnico quanto ao segundo jogo: “Apesar da superioridade, na segunda partida, hoje, às 10hs, Bernardinho espera que o time se mexa desde o início.” (FSP, 13/06/2004).

No dia 14/06, na coluna de *Cida Santos*, fala-se sobre a seleção na Liga Mundial e, também, sobre o que o Brasil tem que melhorar (bloqueio, saque e defesa): “São nesses

fundamentos que Bernardinho quer que a seleção dê um salto de qualidade.” (FSP, 14/06/2004-32).

Além de comentar o “trabalho” para a melhora da seleção, o “perfeccionismo” e o fato de o treinador ser “exigente” são mencionados ao tratar sobre a evolução (ou “salto de qualidade”) que a sua equipe precisa ter/dar: “O desafio de Bernardinho talvez seja tornar os atletas tão perfeccionistas e exigentes como ele.” (FSP, 14/06/2004-32).

Ao vencer a Espanha no segundo jogo realizado no Brasil, o “estrategista” Bernardinho é referido novamente na sua própria fala: “Esse fim de semana me deixou com ainda mais dúvidas, prova de que temos muitas opções”. (FSP, 14/06/2004-33).

O Bernardinho “preocupado” é tratado em uma reportagem do dia 19/06, em que ele mesmo comenta sobre o primeiro jogo contra a seleção portuguesa: “Minha maior preocupação é como a equipe está evoluindo.” (FSP, 19/06/2004). Nessa mesma reportagem também dá-se uma “pincelada” sobre as estratégias do técnico: “Na ponta, o técnico não deve fazer alterações.” (FSP, 19/06/2004).

Já em outra reportagem, no dia 26/06, abordam-se os próximos jogos em terras brasileiras tendo como adversário a seleção da Grécia, a “preocupação” do técnico e seu “trabalho”: “‘É um rival perigoso, que saca muito forte’, acrescenta o técnico Bernardinho, que, contudo, mostra-se mais preocupado com outro fator. ‘O cansaço da equipe me preocupa. É possível que eles cheguem meio moles ao jogo, mas é o preço que se paga. Nessa altura do campeonato, não podemos abrir mão dos treinos’, afirmou Bernardinho, que trabalhou com a equipe no Mineirinho três vezes desde a noite de quinta.” (FSP, 26/06/2004).

Uma grande reportagem tendo o próprio Bernardinho como protagonista foi publicada no dia 27/06, na qual os seus “comandados” (jogadores da seleção) elaboram perguntas ao seu “comandante”. O texto inicia da seguinte maneira: “O técnico aos berros à beira da quadra. A imagem está cristalizada no imaginário do torcedor. Para muitos, Bernardinho assusta. No dia-a-dia, ele grita pouco. O treinador, no entanto, é reservado, avesso a muitas brincadeiras e está sempre concentrado, atento aos detalhes. O jeito fechado não causa calafrios, mas o torna muitas vezes um enigma até para quem convive com ele.” (FSP, 27/06/2004). O jogador Giba perguntou sobre como ele lida com sua imagem de ser uma pessoa nervosa/estourada; Gustavo perguntou se alguma vez ele já desistiu de algo; Dante quis saber se ele tinha alguma superstição; Henrique sobre a preocupação com os adversários; Giovane sobre a sua maior

realização como jogador; Anderson perguntou sobre a expectativa em relação à Olimpíada, além das outras perguntas dos demais jogadores.

No dia 28/06, após as duas vitórias da seleção brasileira sobre os gregos, aparece o seguinte: “Apesar das vitórias, o técnico brasileiro apontou falhas no time. ‘Jogamos bem, mas precisamos melhorar o saque. Se não formos bem nesse fundamento, o sistema defensivo é prejudicado. Os contra-ataques são a minha segunda maior preocupação’, analisou.” (FSP, 28/06/2004-23). Também comenta-se o “estratégico” Bernardinho: “Para o segundo jogo com a Grécia, Bernardinho mudou o time.” (FSP, 28/06/2004-23).

Em outra reportagem do dia 28/06, na qual a colunista da *Folha de São Paulo Cida Santos* escreve sobre a homenagem feita aos integrantes da seleção de prata (Los Angeles, 1984) durante o intervalo do segundo jogo contra a Grécia em Belo Horizonte (ginásio Mineirinho), faz-se um “gancho” com a figura “vencedora” de Bernardinho: “Em 1984, Bernardinho fez parte do time medalha de prata em Los Angeles. Vinte anos depois, ele quer chegar ao ouro olímpico com o grupo que foi campeão mundial em 2002.” (FSP, 28/06/2004-24). No decorrer dessa mesma reportagem, novamente aparece a figura “preocupada”, “exigente”, “vencedora”, “concentrada”, “trabalhadora” do técnico: “O certo é que as lições do passado também têm ajudado na construção da trilha vitoriosa da atual seleção. Não por acaso, Bernardinho, integrante da geração de prata, vive lembrando seus jogadores dos perigos e das armadilhas que as vaidades e os problemas de relacionamento podem proporcionar a um time.” (FSP, 28/06/2004-24).

A “insatisfação” e o “perfeccionismo” do técnico são colocados em uma notícia do dia 03/07, após a vitória por 3 a 2 sobre os espanhóis, fora de casa, através da entrevista do treinador: “Não conseguimos jogar bem uma partida completa na Liga. Não conseguimos ter regularidade. Se não jogarmos sempre no topo, somos uma equipe que pode ser batida”, disse Bernardinho.” (FSP, 03/07/2004).

No dia seguinte (04/07), uma reportagem noticia sobre o segundo jogo contra a Espanha e novamente algumas características do técnico Bernardinho ficam implícitas na reportagem: “Bernardinho comanda a seleção hoje, às 7h30, contra a Espanha, em busca de confiança. Até agora, avalia ele, o time não mostrou tudo o que sabe na Liga Mundial.” (FSP, 04/07/2004).

Seguindo, no dia 05/07, fala-se sobre as três trocas realizadas no segundo jogo contra a Espanha, que deram certo, pois a seleção bateu a seleção espanhola por 3 a 0. Trata-se do

“estrategista” Bernardinho: “Bernardinho escalou o time com o oposto André Nascimento no lugar de Anderson, e Giba na vaga de Giovane na ponta. No meio-de-rede, André Heller substituiu Gustavo” (FSP, 05/07/2004). O Bernardinho “motivador” também é apontado: “O técnico brasileiro, que havia feito duras críticas à equipe na vitória por 3 a 2 na sexta-feira, elogiou seus comandados ontem.” (FSP, 05/07/2004).

O Bernardinho “estrategista” e “vencedor” (como parte do *“Estilo Bernardinho”*) é novamente utilizado como estratégia discursiva na construção do agendamento após a segunda vitória sobre a seleção portuguesa (encerrando a primeira fase da Liga Mundial de forma invicta) em uma fala do técnico à *Folha de São Paulo*: “‘Começamos com uma formação diferente e sofremos um pouco no início da partida’, afirmou Bernardinho, referindo-se à entrada de Giba e André Nascimento no lugar de Giovane e Anderson.” (FSP, 12/07/2004).

Nessa mesma lógica, em uma reportagem do dia 16/07, dia do primeiro jogo da fase decisiva da Liga Mundial contra a Bulgária aparece: “Bernardinho queria chegar à fase decisiva da Liga Mundial com um esboço da base que viajará com ele a Atenas. Não pôde. A falta de testes consistentes na etapa classificatória e a série de lesões que assolaram o grupo no torneio fazem o técnico enfrentar hoje a Bulgária, às 16hs, com mais dúvidas do que tinha na estréia contra a Grécia, em 4 de junho.” (FSP, 16/07/2004). Suas “estratégias” são novamente colocadas: “As baixas durante o torneio prejudicaram os testes de Bernardinho, que instaurou um rodízio.” (FSP, 16/07/2004). Sua característica ligada ao aspecto “vencedor” também é mencionada: “Agora, ele [Bernardinho] busca o tri da Liga (venceu em 2001 e 2003) e o quarto título para o Brasil, campeão também em 1993.” (FSP, 16/07/2004).

Enfocando a característica da “preocupação” do técnico, no dia 17/07, após a vitória de 3 a 1 sobre a seleção búlgara no primeiro jogo da fase decisiva da Liga, o destaque à essa característica é a fala do técnico no final da reportagem: “‘Vejo nosso time muito inseguro’, disse Bernardinho, que está preocupado com Anderson.” (FSP, 17/07/2004).

No dia 18/07, comenta-se a vitória brasileira sobre a seleção da Sérvia e Montenegro e a final contra a seleção italiana. Algumas características de Bernardinho, constituintes do seu *“Estilo”* são colocadas: “Bernardinho passou toda a Liga Mundial a procura de um time. Encontrou na última chance, e a seleção masculina busca hoje seu quarto título do torneio, o terceiro sob o comando do treinador.” (FSP, 18/07/2004). Na seqüência, o “vencedor”: “Ele [Bernardinho] venceu o Mundial-2002 e as Ligas de 2001 e 2003.” (FSP, 18/07/2004) e

também o “estratégico”: “Bernardinho decidiu arriscar e escalou uma formação inédita na competição.” (FSP, 18/07/2004).

A característica “exigente” novamente aparece no dia 19/07, numa reportagem sobre a conquista da Liga Mundial sobre a Itália: “Após muitas broncas de Bernardinho, a seleção voltou a se acertar no quarto set.” (FSP, 19/07/2004-23). Nessa mesma reportagem comenta-se a preocupação do técnico em ter todos os jogadores recuperados fisicamente nas três semanas seguintes que antecedem as Olimpíadas e a característica vencedora do técnico.

Ainda com relação às características que constroem o “*Estilo Bernardinho*”, mais especificamente quanto aos adjetivos de “trabalhador”, “concentrado” e “exigente”, no dia 19/07, em que trata a conquista da Liga Mundial e os preparativos para os Jogos de Atenas, Bernardinho dá a seguinte entrevista: “Não dá para comemorar muito, amanhã [hoje] já começo a ver o que a gente fez de bom e de ruim na Liga. Temos de voltar para casa e nos fechamos em nossa rotina de treino e concentração.” (FSP, 19/07/2004-26).

Uma reportagem do dia 07/08 comenta a imitação dos métodos de Bernardinho (a “filosofia Bernardinho”) pelo então técnico da seleção brasileira feminina de futebol, René Simões, tratado como “Bernardinho cover”, ou seja: muita cobrança, muito trabalho, muita rigidez. (FSP, 07/08/2004).

No dia seguinte (08/08) é a vez de Doug Beal, renomado treinador norte-americano e atual comandante da seleção dos EUA que na década de 80 teve o domínio da modalidade, falar sobre o segredo de Bernardinho, o que estaria nos aspectos psicológicos, em estar sempre motivando a equipe: “E Bernardinho, afirma ele, é o responsável por incumbir na mente de cada pupilo a capacidade de superação dia-a-dia.” (FSP, 08/08/2004).

Outra “preocupação” de Bernardinho utilizada pela *Folha de São Paulo* foi com relação ao “bixo” (premiação que seria paga pela CBV caso a seleção conquistasse a medalha de ouro), pois, para ele isso poderia fazer a equipe perder o foco: “Desde o título da Liga Mundial, em 18 de julho, Bernardinho tem enfatizado que o mais importante até a estréia, no domingo, era não deixar que um problema extraquadra surgisse.” (FSP, 12/08/2004-24).

No dia 13/08 essa mesma preocupação do técnico volta a ser abordada pela *Folha de São Paulo*.

Por fim, nessa estratégia discursiva do “*Estilo Bernardinho*” na construção do agendamento com a característica de “vencedor”, no dia 12/08 comentam-se os favoritos da delegação brasileira nos Jogos Olímpicos e Bernardinho é citado por já ter conquistado, com a

seleção feminina de vôlei, dois bronzes (em Atlanta-96 e em Sidnei-2000). (FSP, 12/08/2004-28).

### 3.1.4 – Retrospecto

A categoria “*retrospecto*” pode ser entendida como aquela na qual se utilizou o retrospecto da seleção brasileira de vôlei a partir da entrada do técnico Bernardinho na equipe, ou seja, não se trata apenas do retrospecto da Liga Mundial de 2004, mas sim de todas as competições até então disputadas sob o comando de Bernardinho. Percebe-se que a utilização do retrospecto vitorioso da equipe brasileira (“11 títulos em 14 torneios disputados”) é uma das estratégias discursivas utilizadas pelo veículo *Folha de São Paulo* para reforçar o favoritismo da equipe brasileira dentro do agendamento esportivo (favoritismo nos Jogos Olímpicos de Atenas).

Esta estratégia discursiva passou a ser mais explícita logo após o término da fase classificatória da Liga Mundial, após o jogo contra Portugal, em uma reportagem que “lembrava” o leitor da melhor campanha da seleção na Liga (melhor campanha esta em 2001), em que “o Brasil venceu 16 jogos e sofreu apenas uma derrota.” (FSP, 12/07/2004), e que “Se mantiver o retrospecto da fase inicial, quando enfrentou rivais mais fracos – Espanha, Portugal e Grécia -, o Brasil ganhará a Liga Mundial de forma invicta pela primeira vez na história.” (FSP, 12/07/2004).

No dia 16/07, fala-se sobre a busca do quarto título da Liga pela equipe brasileira e o terceiro dessa mesma competição sob o comando de Bernardinho: “Agora, ele [Bernardinho] busca o tri da Liga (venceu em 2001 e 2003)”. (FSP, 16/07/2004).

No dia seguinte o retrospecto é novamente colocado: “A seleção brasileira tenta hoje chegar à quarta decisão seguida da Liga Mundial, último torneio antes da Olimpíada. Para cumprir a sina de Bernardinho, que só não decidiu com o time masculino o título do Pan-2003, os brasileiros pegam o caminho mais difícil.” (FSP, 17/07/2004). Nessa mesma reportagem aparece: “O Brasil, ouro na Liga em 2001 e 2003 e prata em 2002, segue como único invicto após os 3 a 1 (25/17, 32/30, 18/25, 25/21) na Bulgária.” (FSP, 17/07/2004).

Continuando, no dia 18/07, data da decisão contra a Itália, é mencionada novamente a busca do quarto título da Liga e o terceiro sob o comando do treinador, além de lembrar que o

ouro olímpico “é o único título que falta a Bernardinho no time masculino. Ele venceu o Mundial-2002 e as Ligas de 2001 e 2003.” (FSP, 18/07/2004).

Após a conquista da Liga sobre o time italiano no dia 19/07 é feita uma comparação entre a equipe de 1992, treinada então pelo técnico José Roberto Guimarães e a atual (a de Bernardinho): “Como fez a equipe do técnico José Roberto Guimarães em Barcelona-1992, o Brasil chegou invicto ao título de uma competição da tríplice coroa do vôlei – Olimpíada, Mundial e Liga.” (FSP, 19/07/2004-23). Neste dia é que o retrospecto começa a ficar mais explícito com a utilização dos “11 títulos em 14 torneios”: “Desde que assumiu o time, o Bernardinho conseguiu manter os adversários à distância: foram 13 finais em 14 campeonatos. O Brasil ergueu o troféu 11 vezes. Como fez questão de frisar o técnico ontem, ainda em meio à festa pela conquista do tetra, falta o ouro olímpico em sua galeria.” (FSP, 19/07/2004-23).

*Cida Santos*, colunista da *Folha de São Paulo*, também no dia 19/07, menciona o retrospecto, iniciando seu texto da seguinte forma: “Quer melhor do que isso? Campeão invicto e com uma vitória sobre a grande Itália por 3 a 1, na casa do adversário, na final da Liga Mundial. Foi o tetracampeonato e o 11º título da seleção, em 14 torneios na era Bernardinho.” (FSP, 19/07/2004-17).

Em outra reportagem, agora do dia 22/07, a que referia-se aos inscritos nos Jogos Olímpicos pelo Comitê Olímpico Brasileiro, das equipes de vôlei masculina e feminina do Brasil, a estratégia discursiva do retrospecto volta a aparecer: “Agora, com três títulos nas quatro últimas edições da Liga Mundial (2001, 2003 e 2004) e com o inédito título mundial conquistado em 2002, é a favorita [a equipe brasileira] ao degrau mais alto do pódio em Atenas.” (FSP, 22/07/2004).

No dia 08/08 é realizada uma reportagem a qual comenta sobre a seleção norte-americana que conquistou o ouro olímpico em 1984 – e que ela foi a inspiração para Bernardinho, sendo que, de forma sutil, utiliza o retrospecto brasileiro na sua estratégia discursiva: “Na última vez em que encontrou Doug Beal [técnico dos EUA] em quadra, Bernardinho levou a melhor e venceu com facilidade, por 3 a 0, na Copa do Mundo do Japão. Daquele torneio, realizado em 2003, o Brasil saiu com o troféu de campeão e a vaga para a Olimpíada na Grécia.” (FSP, 08/08/2004).

Em duas reportagens da *Folha de São Paulo*, no dia da Abertura dos Jogos Olímpicos de Atenas, o retrospecto é abordado novamente. Uma delas dizia que as diferenças entre as

potências olímpicas e os “nanicos” vêm diminuindo a cada Olimpíada, e menciona o retrospecto brasileiro: “O técnico da seleção brasileira masculina de vôlei, Bernardinho, diz que, apesar de ter vencido 11 de 14 torneios disputados, não há garantia de ouro.” (FSP, 13/08/2004-17). Já a outra reportagem que também utiliza a estratégia discursiva do “*retrospecto*”, tratava o fim do impasse sobre a premiação (popular “bixo”) em caso de conquista do ouro, termina da seguinte maneira: “A seleção, que com Bernardinho foi campeã mundial em 2002 e conquistou três Ligas Mundiais (2001, 2003 e 2004), começa a busca pelo bi olímpico às 10hs de domingo, contra a Austrália.” (FSP, 13/08/2004).

## **3.2 – PERÍODO OLÍMPICO: AS CATEGORIAS E SEUS RESPECTIVOS CONTEXTOS**

### **3.2.1 – Família Bernardinho**

A categoria “*Família Bernardinho*” foi construída em decorrência do grande número de registros relacionados à figura do técnico da seleção brasileira masculina de vôlei e seus jogadores (ou seus “comandados”), ou seja, na “união” entre ambos, em que a estreita relação entre eles passou a ser considerada como uma “família” (coletivo). Estratégia semelhante foi utilizada durante a Copa do Mundo de futebol em 2002 com a seleção brasileira de futebol, na chamada “Família Scolari”, que tinha como comandante Luís Felipe Scolari, o “Felipão” (na mesma comparação individual a Bernardinho, seria o “Estilo Felipão”).

Como já foi comentado anteriormente, a categoria “*Estilo Bernardinho*”, do período Pré-Olimpíada, focalizava-se nas características do técnico, enquanto que agora, a estratégia utilizada focaliza-se no coletivo, tendo sua centralidade de Bernardinho (a liderança ou o “chefe da família”).

Essa estratégia começou a ser usada no dia 15/08, com o título da reportagem: “Bernardinho e família se dizem prontos até para a briga na estréia” (FSP, 15/08/2004), reportagem que comentava a estréia na Olimpíada e principalmente, o “bixo”. A respeito deste tema (o “bixo”) e a polêmica que gerou, consta na matéria: “A exposição a que o grupo se submeteu será um teste para o que Bernardinho classifica como ‘família’. Antes da ida à

Europa, o treinador afirmou achar que ‘esse grupo parece uma família, que briga, se desentende, mas se quer bem. Briga pelo melhor.’ (FSP, 15/08/2004). E continua: “Os atletas aceitaram o batismo. ‘Com certeza, no nosso grupo, cada um ajuda a cuidar do próximo. É uma família mesmo, com cobrança na hora do treino e do jogo, mas com um relacionamento muito saudável’, declarou o meio-de-rede André Heller.” (FSP, 15/08/2004). Essa mesma reportagem ainda faz uma comparação com o tetra do futebol – Bernardinho exibiu aos jogadores um vídeo que mostrava o comportamento daquela seleção e disse que Ricardo Rocha, Parreira e Romário seriam os exemplos a serem seguidos.

Pode-se dizer que o acompanhamento jornalístico dado à seleção com relação ao dia-a-dia da mesma, comentando seus treinos, os jogadores, o técnico e as “curiosidades”, pode ser tudo relacionado a esta categoria, com o intuito de mostrar a união, o espírito coletivo, a harmonia do grupo, a liderança do técnico, enfim, como se fosse uma unidade.

Nessa “família”, Bernardinho, o “chefe”, é apresentado como aquele que xinga, exige, elogia – como por exemplo, em relação ao jogador Nalbert em sua atuação no jogo contra a Itália: “Bernardinho (...) rasgou elogios. ‘A atuação dele foi brilhante’, disse o treinador.” (FSP, 18/08/2004). Seguindo tal exemplo, agora com relação à insatisfação do técnico: “‘Não estou totalmente descontente, mas não estou totalmente satisfeito. Cometemos erros de ataque que custaram o segundo set’.” (FSP, 20/08/2004) – depoimento do técnico após a vitória sobre a seleção holandesa.

No dia 22/08, após a vitória brasileira sobre a Rússia, a “*Família Bernardinho*” volta a aparecer. Nessa reportagem, são publicadas algumas informações sobre o jogo e depoimentos a respeito do mesmo, além de dados estatísticos. No final da matéria, fala-se que o ouro olímpico “é o único título de primeira linha que falta à ‘família Bernardinho’ – o técnico mantém a mesma base desde que assumiu.” (FSP, 22/08/2004-39).

Também faz-se menção sobre o Bernardinho que cita a história para conter a empolgação de sua equipe, lembrando os jogadores das armadilhas dos Jogos Olímpicos, dando os exemplos de quando treinava a seleção feminina em 1996 e também o acontecido com a seleção masculina em 2000 (Olimpíadas de Sidney), que fez uma primeira fase brilhante, mas perdeu nas quartas-de-final. (FSP, 22/08/2004-40).

Outra referência à “*Família Bernardinho*”, embora sutil, é colocada em uma reportagem do dia 25/08, data do jogo contra a Polônia pelas quartas-de-final: “Apesar de pregar que hoje o Brasil conta com ‘12 titulares’, em referência à ótima qualidade do grupo, o

técnico optou por dar um descanso a vários dos que vinham integrando o ‘sexteto inicial’ desde o começo do torneio.” (FSP, 25/08/2004).

Na reportagem do dia 27/08, que aborda o jogo Brasil contra EUA (semifinal), apesar de não tratar da “*Família Bernardinho*”, inicia da seguinte maneira: “Uma medalha olímpica é o sonho de qualquer atleta. Para Bernardinho, no entanto, ela só pode ter uma cor: dourada. O técnico e seus comandados sabem que um resultado que não seja o topo do pódio em Atenas pode depreciar um trabalho de quatro anos recheado de glórias.” (FSP, 27/08/2004).

Após vencer os norte-americanos e render uma reportagem só para comentar o jogo no dia 28/08, a “união” da “*Família Bernardinho*” é tratada nesta matéria: “Terminada a partida, os jogadores se reuniram em círculo na meia-quadra brasileira por cerca de um minuto, em uma corrente.” (FSP, 28/08/2004).

No dia 29/08, data do jogo final contra a Itália, em uma das reportagens que tratavam da seleção brasileira, uma, em especial, comentava o “desmanche” do grupo após as Olimpíadas, mas não se faz referência ao termo *Família Bernardinho*. Nesta reportagem, a frase anterior ao título dizia: “Às vésperas de desmanche, grupo tenta coroar revitalização operada por Bernardinho” (FSP, 29/08/2004-09).

O termo “*Família Bernardinho*” volta a aparecer em uma matéria do dia 29/08, que tratava sobre os rituais da equipe, rituais estes liderados pelo “guru” Giovane: “No vestiário, minutos antes da final, Giovane chamará a atenção de seus companheiros da ‘família Bernardinho’. Apontará para o quadro na parede e assinará seu nome. Será o sinal para os outros onze jogadores iniciarem um ritual que tem sido repetido em Atenas desde o último dia 15, quando a equipe estreou na Olimpíada contra a Austrália.” (FSP, 29/08/2004-13).

Dentro da denominada “*Família Bernardinho*” também há a comissão técnica e suas tecnologias. E esse foi o assunto de uma das reportagens do dia 30/08, que falava sobre o título olímpico brasileiro. Nessa reportagem, mais especificamente, tratou-se quanto ao software utilizado pela comissão técnica: “A maneira como os comandados de Bernardinho costumam atuar acabou modificada durante a decisão, ontem, contra a Itália. Motivo: informações produzidas pelo sistema de estatística e análise tática criado pela comissão técnica da equipe brasileira.” (FSP, 30/08/2004-05).

No dia 30/08, logo abaixo do título “Pai herói”, outra menção à “*Família Bernardinho*”: “Depois de cogitar até uma derrota, Bernardinho se diz aliviado com ouro da ‘família’.” (FSP, 30/08/2004-03). No texto dessa mesma reportagem, que comentava alguns

medos do técnico e a retrospectiva de Bernardinho na seleção (masculina e feminina) aparece: “O técnico apostou, como fórmula para o sucesso, em manter a mesma base atletas desde o início do trabalho. Formou assim a ‘família Bernardinho’ – vários jogadores dizem ter a sensação de passar mais tempo com os colegas do que com os parentes.” (FSP, 30/08/2004-03).

Outras reportagens desse mesmo dia (30/08) não se referiram à *Família Bernardinho*, mas procuraram citar depoimentos dos jogadores campeões, enfatizar suas qualidades, enfim, questionar como ficaria a seleção após a saída de alguns jogadores e a indefinição quanto à continuação de Bernardinho no cargo de técnico.

### 3.2.2 – Missão Atenas

A categoria “*Missão Atenas*” constitui-se numa das estratégias discursivas da *Folha de São Paulo* mais explícitas quanto ao agendamento em relação ao favoritismo da seleção brasileira masculina de vôlei nas Olimpíadas de Atenas 2004, tendo em vista que a denominação (“missão”) foi utilizada várias vezes pelo veículo de comunicação.

Algumas das expressões que foram utilizadas quanto à “*Missão Atenas*”: “conquista do ouro”, “rumo ao ouro”, “campanha que visa a medalha de ouro”, “empreitada que visa a obtenção do ouro olímpico”.

Segundo o *Jornal Folha de São Paulo*, o termo é criação do próprio treinador da equipe brasileira, o Bernardinho, e não uma expressão “criada” por tal veículo de comunicação.

Pode-se dizer que esta categoria abrange as informações anteriores aos Jogos, nos dias dos jogos e também posteriores a eles, isto é, a “missão” era pré-agendada (quando será o jogo e contra determinada seleção), agendada (o próprio jogo) e as repercussões (demonstrando a continuação da “missão”).

Essa estratégia discursiva da *Folha de São Paulo* teve seu início no dia 15/08, dia do primeiro jogo contra a seleção australiana, em uma matéria que tratava, sobretudo, sobre a polêmica do “bixo”, mas que iniciava se referindo à estréia brasileira na Olimpíada: “Às 10h, quando o Brasil estreiar contra a Austrália no Estádio da Paz e Amizade, pelo Grupo B, o técnico também iniciará o que ele classificou como ‘missão’: conquistar o ouro.” (FSP,

15/08/2004-09). Na seqüência, o depoimento do técnico quanto à tal “missão”: “Bernardinho disse: ‘A partir de agora, estamos em missão. Nada pode tirar o foco do time em relação à busca da medalha. Que não haja distrações, que a gente não incorra em armadilhas que se colocam constantemente, seja de exposição, seja de perda de foco’”. (FSP, 15/08/2004-09).

Ainda no dia 15/08, outra reportagem se referia à estréia brasileira contra os australianos, comentando a possível escalação e a preocupação do técnico quanto à altura dos adversários. (FSP, 16/08/2004-10).

Após vencer o primeiro jogo, em uma reportagem do dia 16/08 há nova referência à “*Missão Atenas*”: “Derrotada no primeiro set, a seleção masculina de vôlei recebeu um empurrão do capitão Nalbert para partir para a virada, espantar a zebra australiana, vencer por 3 a 1 (23/25, 25/19, 25/12 e 25/21) e dar o primeiro passo na chamada ‘missão Atenas’ rumo ao ouro.” (FSP, 16/08/2004). No final da reportagem, uma lembrança do próximo jogo (contra a Itália).

No dia 17/08, apesar da matéria não se referir à “*Missão Atenas*”, ela agendava o jogo deste dia, o segundo da seleção brasileira, desta vez contra a equipe italiana: “após bater na estréia a frágil Austrália, pega hoje a Itália, sua maior rival nos últimos anos.” (FSP, 17/08/2004).

A vitória diante da seleção da Itália, em matéria do dia 18/06, foi colocada como o “segundo passo da *Missão Atenas*”: “Em um confronto épico, que teve tie-break de impressionantes 33 a 31 e durou 31 minutos, a Itália foi a vítima de ontem da seleção masculina de vôlei, no segundo passo da ‘missão Atenas’ acionada por Bernardinho.” (FSP, 18/08/2004). Ainda nessa mesma matéria, o leitor é “avisado” do próximo jogo, contra a seleção da Holanda.

Continuando a “*Missão Atenas*”, o terceiro passo da “batalha” foi contra a seleção holandesa, em que a seleção brasileira venceu por 3 a 1, sendo que em matéria do dia 20/08 o jogo é mencionado. A matéria inicia referindo-se à vitória, à invencibilidade brasileira e à atuação mais regular neste último jogo, além de se referir também a uma certa insatisfação de Bernardinho, e na seqüência, a utilização do termo: “Os jogadores, que haviam levado um susto ao perder um set diante da fraca Austrália na estréia, ficaram mais entusiasmados com o terceiro passo da ‘missão Atenas’, como foi batizado pelo técnico o compromisso de voltar da Grécia com o ouro.” (FSP, 20/08/2004). Seguindo a estratégia de agendar o próximo jogo, ao

término desta mesma reportagem é lembrada a atuação seguinte, diante da Rússia, e também o último jogo que o Brasil faria na primeira fase do torneio olímpico, contra a seleção dos EUA.

No dia 21/08, dia do jogo contra a seleção russa, em matéria intitulada “Bernardinho espera confronto Davi x Golias por primeiro lugar” (FSP, 21/08/2004), além de comentar o jogo, aborda também a preocupação de Bernardinho quanto à altura dos seus adversários (por isso a comparação com o duelo bíblico em que Davi derrotou o gigante Golias).

A estratégia discursiva da “*Missão Atenas*” teve continuação no dia 22/08, em uma matéria que mencionava a vitória brasileira sobre a alta seleção russa: “O triunfo sobre a Rússia, em um Estádio da Paz e Amizade que contou com 5400 torcedores foi o quarto passo cumprido pelo Brasil na chamada ‘missão Atenas’, termo utilizado por Bernardinho para se referir à campanha que visa à medalha de ouro.” (FSP, 22/08/2004). Além disso, comentava também a respeito das outras vitórias brasileiras na edição 2004 dos Jogos Olímpicos e o jogo seguinte contra os EUA, o qual encerraria a participação de ambos na primeira fase do torneio.

Ao último jogo da fase classificatória das Olimpíadas contra os EUA, que a matéria do dia 23/08 refere-se. Também faz projeções para as quartas-de-final (quais seriam os próximos adversários brasileiros). (FSP, 23/08/2004).

Já no dia seguinte, apesar da derrota para os EUA, não há menção à “*Missão Atenas*”: apenas publica-se que foi o primeiro “revés” da seleção brasileira nos Jogos Olímpicos. Na reportagem, seguindo a lógica de se informar sobre o jogo seguinte, que seria já nas quartas-de-final, fala-se sobre o jogo contra os poloneses. (FSP, 24/08/2004).

A estratégia discursiva utilizando a “*Missão Atenas*” como forma de agendar o favoritismo brasileiro nos Jogos Olímpicos volta a aparecer no dia do jogo contra a Polônia (25/08) pelas quartas-de-final dos Jogos: “Contra o alto time da Polônia, às 15h30, o Brasil aposta na variação de jogadas no ataque para sair vitorioso no primeiro dos últimos três passos da ‘missão Atenas’, como o técnico Bernardinho batizou a empreitada que visa a obtenção do ouro olímpico.”(FSP, 25/08/2004).

No dia seguinte ao jogo, na matéria que mostrava a vitória brasileira sobre os poloneses e a passagem às semifinais, o assunto principal foi o jogo seguinte que seria contra os EUA, ou como se utilizou, a “Guerra Fria” – termo utilizado às discussões extraquadra das seleções brasileira e norte-americana. Especificamente quanto à “*Missão Atenas*” não se fez referência. (FSP, 26/08/2004).

Na reportagem do dia 27/08 que informava sobre o jogo Brasil x EUA pelas semifinais, também dava-se destaque à campanha dos norte-americanos nos Jogos e as discussões (a “Guerra Fria”) entre ambas seleções (devido ao Brasil ter utilizado uma equipe mista no jogo da primeira fase). (FSP, 27/08/2004).

No dia 28/08, em uma das reportagens, comentava-se a vitória brasileira diante dos norte-americanos e a final olímpica, entre Brasil e Itália (que, pelas vitórias que ambas tiveram nas semifinais, ratificaram seu favoritismo). (FSP, 28/08/2004).

No dia 29/08, dia da final olímpica, a reportagem intitulada “Seleção busca ouro para retornar ao topo e evitar despedida melancólica” (FSP, 29/08/2004-09) referia-se ao próprio jogo e a alguns jogadores, com tom de despedida (no caso, Nalbert, Giovane e Maurício).

Após a conquista da medalha de ouro, no dia seguinte, 30/08, várias reportagens foram publicadas. Tais como sobre a conquista do ouro; a melhor campanha brasileira em Olimpíadas; o uso do computador pela comissão técnica (estatísticas); sobre Bernardinho; Giba; os destaques brasileiros; Henrique (o jogador que foi “cortado” da seleção); o primeiro ouro no vôlei em 1992; a inspiração da geração bicampeã e também sobre os “sobreviventes de 92” (Giovane e Maurício).

A “*Missão Atenas*” apareceu em uma reportagem que tratava da utilização de programas estatísticos pela comissão técnica da seleção e também da vitória de 3 a 1 sobre os italianos: “O triunfo completou de forma bem-sucedida a ‘missão Atenas’, acionada pelo técnico há quase um mês e cujo objetivo era o topo do pódio da Grécia.” (FSP, 30/08/2004).

### 3.2.3 – Retrospecto

Esta categoria, agora no *Período Olímpico*, tem uma continuação daquela do *Período Pré-Olimpíada*, isto é, trata-se de uma continuidade da estratégia discursiva da *Folha de São Paulo*, desta vez mais intensa (devido à conquista da Liga Mundial), na qual ajuda a “criar” a “aura” do favoritismo brasileiro na modalidade voleibol masculino nos Jogos Olímpicos de Atenas 2004. Várias foram as maneiras de procurar “chamar a atenção” dos leitores com relação ao desempenho da seleção brasileira nos últimos tempos, como por exemplo: “14 torneios e 11 títulos”, “90% de aproveitamento”, “invencibilidade em partidas oficiais e no torneio olímpico”, e após a conquista do ouro olímpico, “12º título em 15 competições”.

A seguir será melhor descrita essa “construção” discursiva relacionada ao “*retrospecto*”.

Dias antes do início das Olimpíadas, em amistoso preparatório contra a seleção da França, a seleção brasileira perde o jogo e também a invencibilidade que mantinha há um ano, desde agosto de 2003. Aqui pode ser considerado o início ou a retomada desta estratégia discursiva a respeito do *retrospecto* brasileiro. Isto é um dos temas da matéria do dia 15/08, na qual, além de comentar a discussão em relação ao “bixo” em caso de conquista do ouro, relembra o retrospecto brasileiro: “Tudo isso pelo ouro, que, se conquistado, coroará o mais espetacular desempenho de um técnico em uma seleção brasileira de vôlei: em 14 torneios, foram 11 títulos, entre eles o Mundial-2002 e três Ligas (2001, 2003 e 2004).” (FSP, 15/08/2004).

Em outra matéria do dia 17/08 (data do segundo jogo nas Olimpíadas contra a seleção italiana), em que falava sobre a utilização de um livro de beisebol, livro este que servia de inspiração para Bernardinho, o retrospecto é utilizado novamente no final da matéria: “Fora dela [das quadras], tem sido [Bernardinho] o mentor de seleções bem sucedidas. Após levar o time feminino a dois bronzes olímpicos, já obteve 11 títulos em 14 torneios com os homens.” (FSP, 17/08/2004).

No dia seguinte, em matéria que noticiava a vitória brasileira sobre a Itália, é utilizado o retrospecto contra esta seleção e o desempenho da seleção na ‘Era Bernardinho’: “Com o triunfo de ontem, o Brasil, tradicional freguês da Itália, na década de 90, chegou a oito vitórias desde o início da era Bernardinho, em 2001, contra duas derrotas – na etapa de classificação da Liga Mundial-2003. Somando todas as partidas oficiais e amistosas, Bernardinho tem 140 vitórias e 15 derrotas, um aproveitamento de 90%, além de 11 títulos em 14 competições.” (FSP, 18/08/2004).

Já no dia 20/08, na reportagem sobre a vitória brasileira diante da Holanda (por 3 a 1), o retrospecto foi utilizado lembrando o leitor dos Jogos Olímpicos de Barcelona-92, quando o Brasil conquistou a inédita medalha de ouro sobre a seleção holandesa. (FSP, 20/08/2004).

Quando chegou a vez de enfrentar a seleção russa, no dia 21/08, a matéria, além de enfatizar a altura dos jogadores daquela seleção, novamente comenta o desempenho brasileiro ao final da reportagem: “A seleção brasileira ainda defende hoje uma invencibilidade de 30 partidas em competições oficiais.” (FSP, 21/08/2004).

No dia 22/08 a estratégia discursiva utilizada com relação ao “retrospecto” foi utilizar as vitórias até então nos Jogos Olímpicos: “Antes de derrubar os russos por 3 a 0 (25/15, 25/13 e 25/23), a equipe havia batido, pela ordem, Austrália (3 a 1), Itália (3 a 2) e Holanda (3 a 1). Líder do Grupo B, o Brasil encerra sua participação na primeira fase amanhã, às 15h30, contra os EUA.” (FSP, 22/08/2004). A utilização do retrospecto contra a seleção russa também foi citada: “Foi a quinta vitória do Brasil contra a Rússia em seis jogos na era Bernardinho – desde 2001.” (FSP, 22/08/2004). No final da matéria, mais sobre o retrospecto: “o Brasil foi campeão mundial, levou três vezes a Liga Mundial e venceu a Copa do Mundo. Ao todo, foram 11 ouros em 14 torneios. A seleção brasileira atingiu ontem uma invencibilidade de 31 jogos em torneios oficiais. A última derrota foi há um ano e oito dias, no Pan de Santo Domingo, para a Venezuela.” (FSP, 22/08/2004).

No dia do último confronto da fase classificatória – contra os EUA (dia 23/08) -, a estratégia discursiva utilizada pela *Folha de São Paulo* com relação ao retrospecto foi os próprios duelos contra a equipe de Doug Beal (técnico da equipe norte-americana): “Desde que assumiu a seleção masculina, em 2001, Bernardinho duelou seis vezes com Doug Beal, tendo vencido quatro confrontos e perdido dois.” (FSP, 23/08/2004).

No dia 24/08, após a derrota brasileira para a equipe dos EUA, a matéria, bastante “amenizadora”, inicia da seguinte maneira: “Com a cabeça nas quartas-de-final, a seleção masculina de vôlei sofreu ontem sua primeira derrota no torneio olímpico. A equipe do técnico Bernardinho entrou em quadra invicta e já classificada.” (FSP, 24/08/2004). Apesar da derrota, o retrospecto continua aparecendo: “O treinador [Bernardinho] pouco comentou sobre os EUA, adversário que havia acabado de impor a segunda derrota do Brasil na temporada, a primeira em uma competição oficial. A equipe brasileira ganhou, no mês passado, seu quarto título da Liga Mundial, invicta.” (FSP, 24/08/2004).

Continuando, no dia 25/08, dia do jogo das quartas-de-final contra a Polônia, fala-se sobre o retrospecto brasileiro nos Jogos Olímpicos de 2004: “Até agora, os brasileiros têm quatro vitórias e uma derrota. O revés aconteceu diante dos EUA, quando, com o time classificado, Bernardinho poupou jogadores.” (FSP, 25/08/2004). Essa mesma reportagem finaliza comentando a perda da invencibilidade de 31 confrontos em competições oficiais.

Após a vitória sobre a seleção polonesa, no dia seguinte ao jogo (26/08), a matéria faz um resumo da partida com alguns depoimentos, além de citar o jogo da semifinal contra os EUA e, claro, seu retrospecto: “Só os EUA bateram o Brasil na fase de classificação, mas

reclamaram muito do fato de os brasileiros terem utilizado uma equipe reserva na partida – classificada, a seleção poupou titulares.” (FSP, 26/07/2004). Fica claro que o *Jornal Folha de São Paulo* procurou amenizar ao máximo a derrota para os EUA a fim de não prejudicar o “retrospecto” brasileiro, ao enfatizar que a seleção perdeu, mas porque jogou com os “reservas” – algo mais estranho ainda, tendo em vista o discurso de a seleção ter “12 titulares”.

Ainda sobre o retrospecto, em uma pequena reportagem do dia 26/08 que abordava o aniversário de Bernardinho, o fator “retrospecto” volta a aparecer: “Desde que assumiu a equipe masculina, em 2001, a Polônia era a única equipe que mais tinha vencido do que perdido jogos contra o Brasil. Ontem, essa conta se igualou, com três vitórias para cada lado.” (FSP, 26/08/2004).

Já na reportagem do dia 27/08, mesmo dia em que a seleção enfrentava pelas semifinais a seleção norte-americana, a estratégia discursiva do retrospecto da seleção brasileira masculina de vôlei é utilizada da seguinte forma: “O retrospecto [da seleção dos EUA] é bem diferente da galeria colecionada por Bernardinho desde que assumiu a seleção, em 2001. O técnico levou a equipe a 11 títulos e 13 finais em 14 torneios disputados. Só falta a ele o ouro olímpico, conquistado pela única vez em Barcelona-92.” (FSP, 27/08/2004-27).

Nesse mesmo dia, em outra reportagem, cita-se o duelo de treinadores (Bernardinho x Doug Beal), e que o primeiro “se ampara no excelente aproveitamento: 90% (143 vitórias em 159 jogos)” (FSP, 27/08/2004-28). Trata-se, novamente, de utilizar o retrospecto da seleção brasileira como uma das estratégias discursivas a fim de “criar” o favoritismo da mesma e seu agendamento.

O retrospecto brasileiro é citado em outra reportagem do dia 28/08, após as vitórias do Brasil sobre os EUA e da Itália sobre a Rússia (seleções que iriam decidir o ouro): “O exigente Bernardinho, que desde que assumiu a seleção, em 2001, obteve 11 títulos em 14 torneios – sendo duas Ligas Mundiais diante dos italianos -, mais uma vez disse estar satisfeito com a performance de seus comandados.” (FSP, 28/08/2004). No final dessa mesma reportagem, reforça-se: “Dono de duas medalhas de bronze no comando da seleção feminina, Bernardinho busca seu mais importante ouro com o time masculino – foi campeão Mundial, em 2002, e tri da Liga Mundial, em 2001, 2003 e 2004.” (FSP, 28/08/2004).

Da mesma forma, no dia 29/08, dia da decisão olímpica, o retrospecto, de novo, é colocado: “Com ele no banco [Bernardinho], o Brasil ganhou 11 de 14 competições.” (FSP, 29/08/2004-09).

Nesse mesmo dia, em outra reportagem, comenta-se a respeito do retrospecto diante da seleção italiana: “No aspecto psicológico, o Brasil entra em vantagem. Ganhou o duelo épico na fase classificatória e, há um mês, bateu o adversário no final da Liga Mundial.” (FSP, 29/08/2004-12).

Após a conquista do ouro, fala-se da obtenção do “12º título em 15 competições disputadas desde 2001” (FSP, 30/08/2004-03). A reportagem trata Bernardinho como “Pai herói”.

Também no dia 30/08, outra matéria comentava os destaques do time brasileiro nos fundamentos; o desempenho brasileiro é lembrado: “É com essa hegemonia nos rankings [melhor ataque, melhor defesa, melhor levantador] que o Brasil conseguiu seu segundo ouro em Olimpíadas.” (FSP, 30/08/2004-08).

### 3.2.4 – Favoritismo

Esta categoria, embora também mencionada no *Período Pré-Olimpíada*, continua a fazer parte da estratégia discursiva da *Folha de São Paulo* no agendamento esportivo da seleção brasileira masculina de vôlei. Isso porque várias vezes, nas reportagens, tal seleção é colocada como a favorita à conquista do ouro olímpico (ou uma das favoritas).

Tal estratégia é utilizada logo no primeiro dia das competições olímpicas, véspera da estréia brasileira contra a seleção da Austrália: “O técnico Bernardinho disse que a equipe, favorita ao ouro olímpico, ainda tem que melhorar o fundamento para não ser surpreendida pelos rivais.” (FSP, 14/08/2004).

No dia seguinte, 15/08, data da estréia brasileira frente aos australianos, com o título “Superfavoritismo é mito, segundo o treinador” a reportagem inicia da seguinte maneira: “Combater a aura de favorito que o time conquistou em quadra nos últimos anos tem sido uma preocupação quase diária do técnico Bernardinho.” (FSP, 15/08/2004). O próprio treinador, conforme o título da matéria, diz que: “Há uma crença, na minha opinião, um mito, de que o Brasil é o superfavorito. Há equipes com tanta condição de ganhar o ouro, como nós.

Até mais que a gente, na minha opinião” (FSP, 15/08/2004), deixando claro para a imprensa que este “mito do favoritismo” criado por ela própria poderia ser falso, ao mesmo tempo em que o técnico demonstra bom senso em não se “empolgar” tanto.

Após essa reportagem, o assunto “*favoritismo*” deixou de ser abordado nas edições até a data de 19/08, quando, em um texto que tratava de uma análise dos cinco primeiros dias de competição (em que os atletas nacionais já tinham encerrado suas participações em 6 das 28 modalidades, de um total de 40) faz-se uma sutil menção ao favoritismo das equipes de vôlei masculina e feminina do Brasil: “É verdade que as maiores chances do país se concentram na segunda semana, quando será decidida a sorte dos vôleis de quadra e de praia – os esportes de melhor desempenho do Brasil até aqui”. (FSP, 19/08/2004).

Passada esta data (19/08), o termo “*favoritismo*” só é novamente utilizado no dia 27/08, dia do jogo da semifinal contra os EUA, na qual aparece como parte do título: “Favorito ao ouro, time de Bernardinho encara ex-potência rediviva por vaga em final.” (FSP, 27/08/2004). Entretanto, nesse meio tempo, entre os dias 19/08 e 27/08 não é mais utilizado como estratégia discursiva o favoritismo, apesar de que outras estratégias são utilizadas, principalmente as que se referem às categorias “*missão Atenas*” e “*retrospecto*”. Pode-se dizer, talvez, que a “*missão Atenas*” seria uma estratégia contínua de utilizar o favoritismo, bem como o que aconteceu em relação ao “*retrospecto*”.

No dia 28/08, em uma reportagem sobre a final olímpica entre Brasil e Itália, o “*favoritismo*” é novamente utilizado como estratégia discursiva ainda antes do título da matéria: “Vitórias arrasadoras nas semifinais ratificam favoritismo de Brasil [venceu EUA] e Itália [venceu Rússia] nos Jogos.” (FSP, 28/08/2004).

Mais especificamente quanto ao favoritismo brasileiro, este é tratado no texto da matéria: “a seleção terá amanhã, contra a Itália, a oportunidade de repetir o feito, agora com Bernardinho no banco. Mas, desta vez, chega em busca do título com a responsabilidade de ratificar seu favoritismo na partida contra seu maior rival na era Bernardinho.” (FSP, 28/08/2004).

O “*favoritismo*” brasileiro na final contra a equipe italiana é apontado em reportagem sobre as duas equipes do dia 29/08, finalizando assim: “No aspecto psicológico, o Brasil entra em vantagem. Ganhou o duelo épico na fase classificatória e, há um mês, bateu o adversário na final da Liga Mundial.” (FSP, 29/08/2004).

Concluindo a análise desta categoria, pode-se destacar a reportagem do dia 30/08, em que o técnico Bernardinho relata a pressão que sentiu: “Bernardo Rezende, 45, o Bernardinho, afirmou que passou pela sua cabeça, momentaneamente, a idéia de que seria melhor a seleção de vôlei perder a final olímpica. Tudo isso pelo receio, em caso de vitória, ser transformado em herói pela população brasileira, algo que não quer que aconteça de jeito nenhum.” (FSP, 30/08/2004). Na reportagem, Bernardinho diz: “‘Estava caminhando horas antes do jogo e pensei: ‘Será que não vai ser bom perder, para que eu não vire herói?’. Porque eu não sou herói, sou apenas humano’, declarou.” (FSP, 30/08/2004). Na seqüência da matéria, ele mesmo acaba confirmando ou aceitando o favoritismo da sua equipe: “‘Você sabe dizer quantos times deixaram o país sendo favoritos e voltaram com o título? Poucos, muito poucos’, explicou, referindo-se à pressão que ele e o time foram submetidos.” (FSP, 30/08/2004). Ainda nessa matéria, o técnico fala do imaginário das pessoas com relação à seleção, pois, segundo o treinador, a maior atenção dada pela mídia à sua equipe “mexia muito mais com o imaginário das pessoas do que outros favoritos em esportes individuais.” (FSP, 30/08/2004).

### **3.3 – AS CATEGORIAS DA *FOLHA DE SÃO PAULO* EM OUTROS MEIOS**

A título complementar, pode-se perceber em outros veículos de comunicação, como por exemplo as revistas semanais *Época* e *Veja*, além do *Jornal Zero Hora*, a presença da mesma estratégia central – o agendamento. Alguns destes elementos se repetem nesses veículos, mas eles não são utilizados da mesma maneira que o *Jornal Folha de São Paulo*.

Sobre a seleção brasileira masculina de vôlei, na *Revista Época*, durante os meses de agosto e setembro de 2004, faz-se menção com relação ao profissionalismo administrativo e ao trabalho de base da modalidade, que possibilitam o vôlei nacional ter todo esse “sucesso” atual. Além disso, em uma das edições, o técnico Bernardinho é foto de capa e reportagem especial (em relação ao seu talento, trabalho e vitória).

A *Revista Veja*, por sua vez, também dá destaque ao técnico Bernardinho. Em uma das edições (de agosto de 2004) a Revista publicou um artigo escrito pelo técnico intitulado “Uma equipe vencedora”, comentando a respeito da seleção brasileira. Ainda publicam-se, com

relação à equipe brasileira, a premiação em caso de conquista do ouro olímpico (o que seria); a Liga Mundial como um “treinamento” para os Jogos de Atenas; os problemas de saúde enfrentados pelo atleta Giba na infância; pouca expectativa de medalhas da participação brasileira em Atenas, colocando o vôlei, junto com o tênis, o judô e a vela como possíveis candidatos às medalhas.

Já o *Jornal Zero Hora* (ZH), no período das Olimpíadas, acrescentou às suas edições um *Caderno Especial Atenas 2004*, dando maior cobertura aos Jogos Olímpicos (do dia 15/08 ao dia 30/08). Comparando-se com as oito categorias deste estudo, pode-se dizer que as estratégias deste veículo de comunicação (ZH) também foi utilizar, de maneira semelhante, o *favoritismo* (colocando o Brasil como favorito à conquista olímpica), o *retrospecto* (os “11 títulos em 14 torneios”, as vitórias anteriores, o período de invencibilidade e “amenizando” quando o Brasil perde para os EUA na fase classificatória) e a *figura do técnico Bernardinho* (vitorioso, trabalhador, exigente, estressado, preocupado).

Diante dessas considerações e com o que se categorizou (categorias do *Jornal Folha de São Paulo*), BORELLI & FAUSTO NETO (2001) afirmam que:

Cada mídia agenda seus temas de forma singular, mesmo que utilize o mesmo fato social para descrever. Assim, um fato único (uma competição esportiva, por exemplo) passa a ser um acontecimento múltiplo, pois cada mídia vai ler o fato, num movimento atravessado por muitos interesses, fazer uma interpretação e produzir o seu acontecimento singular para ofertar sentidos. Depois, cada leitor fará sua leitura singular.

### **3.4 – INTERPRETAÇÃO DOS SIGNIFICADOS DAS CATEGORIAS: EM BUSCA DE UMA SÍNTESE POSSÍVEL**

Com relação ao objeto específico deste estudo, no caso, o *Jornal Folha de São Paulo*, pode-se, a partir de então, tecer alguns comentários diante do que foi encontrado, fazendo um diálogo com as categorias (entre elas e entre os períodos estipulados). Importante frisar, novamente, que as categorias foram a forma como o agendamento foi construído.

De antemão, pode-se dizer que diante das estratégias discursivas utilizadas pela FSP, o que se viu foi o *discurso hegemônico do esporte*, em que valorizam-se a vitória, o esforço/desempenho máximo, o dinheiro, os resultados, as medalhas. (BETTI, 1999).

Pela leitura das categorias percebe-se uma proximidade entre elas, ou seja, uma consonância no discurso utilizado pela FSP, tornando-se claro o agendamento realizado por tal veículo de comunicação com relação à equipe de vôlei brasileira nos Jogos Olímpicos de Atenas 2004. Agendar o evento (o que foi feito pela *Folha de São Paulo*) pode ser considerado uma estratégia para vender mais jornal, pois, de acordo com CINTRA SOBRINHO (2004) “Grandes jornais e redes de rádio e televisão dependem da existência dos espetáculos para vender seu produto (a publicidade). Se não existirem grandes competições com super-atletas e super-equipes, nada de espetáculo, nada de grandes audiências e nada de dinheiro.”

Nesse contexto, os *super-atletas* são os *olimpianos*, as celebridades do mundo esportivo, na qual sua veiculação, segundo BORELLI (2003) caracteriza-se como uma das principais estratégias da mídia impressa para dar inteligibilidade ao acontecimento, e assim, garantir as vendas da edição. Trata-se do que aconteceu com a seleção masculina brasileira de vôlei: a lesão de Nalbert; o possível “bis do ouro olímpico” de Giovane e Maurício; Giba, sendo o destaque das partidas e se tornando pai; Ricardinho, o “cérebro” do time, e Bernardinho, com todas as características que lhe foram atribuídas.

As estratégias discursivas foram utilizadas de maneira harmoniosa ao ponto que duas categorias (no caso, o “*retrospecto*” e o “*favoritismo*”) existiram em ambos os períodos. Da mesma forma, as estratégias discursivas com relação ao técnico da seleção, o Bernardinho: num primeiro momento, aborda-se seu “estilo”, e depois, sua “Família”. Já o que era “laboratório” (ou preparação) passa a ser uma “missão” (o evento em si, a Olimpíada – a parte principal).

A categoria “*Laboratório*”, no *Período Pré-Olimpíada*, além de ser utilizada como uma forma de iniciar o agendamento, já que a Liga Mundial foi mencionada como um período inicial de treinamento para as Olimpíadas, procurou “circular” em torno de nomes, tendo em vista as “lesões”, o “rodízio” dos jogadores e os “testes” realizados pelo técnico. Tal “rodízio” pode ser entendido como uma ambigüidade: internamente, ele poderia servir para motivar os jogadores; externamente, poderia ser uma estratégia do jornal para “chamar a atenção” dos leitores/torcedores.

Com relação às categorias “*favoritismo*” e “*retrospecto*”, apesar de serem categorias diferentes, estão muito relacionadas. Isso porque o retrospecto da equipe brasileira (desde a entrada de Bernardinho no comando da seleção, conquistando “11 títulos em 14 torneios disputados”), utilizado pela FSP, pode ser entendido como uma das formas de demonstrar o favoritismo brasileiro nos Jogos Olímpicos (tanto no *Período Pré-Olimpíada* como no *Período Olímpico*, intensificando-se neste último).

O “*favoritismo*” pode ser considerado, dentro da estratégia utilizada, como a referência à *emoção*, enquanto que o “*retrospecto*” seria a *razão*. Visto desta maneira, o “*retrospecto*” seria a base da categoria “*favoritismo*”, tratando-se também de uma visão pseudocientífica, isto é, servia para confirmar do ponto de vista científico aquilo que o favoritismo fazia emocionalmente – levando o leitor/torcedor a se questionar como que uma equipe tão vitoriosa, com tão bom retrospecto iria perder.

Assim, pode-se dizer que a utilização dos “11 títulos em 14 torneios disputados” (sempre citando o tricampeonato da Liga Mundial – 2001, 2003 e 2004 – e a conquista do Mundial de 2002) foi o argumento da FSP para justificar ou reforçar o favoritismo brasileiro.

Além disso, pelo fato de o *favoritismo* estar presente nos dois períodos, pode-se deduzir que tenha sido uma estratégia da FSP para estimular as pessoas a acompanhar as notícias da seleção brasileira masculina de vôlei, gerando expectativas positivas quanto aos Jogos Olímpicos.

A categoria “*Missão Atenas*” – termo utilizado pela FSP, mas criado, segundo esse veículo, pelo técnico Bernardinho – não foi mencionado em outros veículos de comunicação (*Veja*, *Época* e *Zero Hora*). Esta categoria constituiu-se de inúmeras reportagens que informavam a respeito dos jogos da seleção brasileira na Olimpíada e se referiam à campanha olímpica como uma “missão” que tinha por objetivo a conquista da medalha de ouro. O termo só não foi utilizado, coincidentemente e curiosamente, quando a seleção brasileira jogou contra os norte-americanos (na primeira fase, em que perdeu jogando com uma “equipe mista”, e na semifinal, vencida pelos brasileiros).

Supõe-se que a “*Missão Atenas*” tenha sido, talvez, uma espécie de “messianismo”, isto é, concretizaram-se as aspirações coletivas de redenção (salvação). Considerando a baixa perspectiva de medalha por parte da delegação brasileira depositaram-se na seleção de vôlei masculina, todas as esperanças de uma “nação” na obtenção de uma medalha de ouro olímpica.

Propositalmente, deixou-se por último os comentários a respeito das categorias que enfatizaram a figura do técnico *Bernardinho*, presente nas categorias “*Estilo Bernardinho*” e “*Família Bernardinho*”, haja vista o destaque que se deu à sua pessoa/imagem durante esse tempo, ou seja, a idéia de personalização (ou mitificação).

Basta uma observação mais atenta na leitura das categorias e ficará claro a forte presença, em todas elas, da figura do técnico *Bernardinho*, o que dá a entender a “tentativa” de construção de um “ídolo nacional”.

OLIVEIRA (1999) escreve que os heróis/ídolos apresentam características especiais, que os diferenciam dos simples mortais. Isso nos remete ao que foi “construído” com relação ao “*Estilo Bernardinho*”, quer dizer, toda a ênfase discursiva que se deu aos aspectos individuais do treinador brasileiro, como uma pessoa perfeccionista, exigente, preocupada, enigmática, trabalhadora e, principalmente, vencedora. Isso colocado convém citar OLIVEIRA (1999) “Notamos muitas vezes que o herói esportivo geralmente é de bom caráter, respeitador, que trabalhou/trabalha com dignidade e dedicação.” (p. 370).

FREITAS FILHO (1985, p. 58) comenta que, para a imprensa especializada, no caso a imprensa esportiva, a questão do ídolo esportivo é a “pedra fundamental” onde se estabelecem seus objetivos. Ainda para este autor, “O ídolo de hoje pode não ser o de amanhã, pois o que o mantém no estrelato é a imagem que se criou para ele e não o que ele na verdade é. Enquanto se enquadra perfeitamente dentro desse personagem, desempenhando bem o seu papel, o ídolo é mantido. Se isto é, por algum motivo, desvirtuado, o ídolo cai para a ascensão de outro.” (Ibid., p. 56).

Ainda sobre o técnico *Bernardinho*, mas agora referindo-se à “*Família Bernardinho*” (*Período Olímpico*), considera-se que a estratégia utilizada pela FSP foi a de repetir algo que já deu certo. Neste caso, o ocorrido com a seleção brasileira de futebol na Copa do Mundo de 2002, quando sob o comando de Luís Felipe Scolari, o técnico, designou-se de “*Família Scolari*” (conseguindo a vaga para o Mundial). No mesmo exemplo, pode-se dizer que o “*Estilo Bernardinho*” seria uma comparação ao “*Estilo Felipão*”.

Uma das características da seleção brasileira masculina de vôlei que a FSP enfatizou foi a união e a harmonia da equipe, sob o comando de um grande técnico – por isso a denominação de *família*.

Assim, ainda sobre a questão do “ídolo”, MARCHI JÚNIOR (2001) afirma que “Comumente, à mídia é atribuída a função de aproximar os leitores e telespectadores dos

eventos esportivos aos principais personagens que compõem o espetáculo esportivo, ou seja, os atletas. Esses, por sua vez, transformam-se rapidamente em ídolos e transmissores de mensagens e estereótipos, dotados de um potencial de consumo enraizado na cultura esportiva de massas.” (p. 139)

Diante dessa “tentativa” de mitificação de alguns atletas da seleção masculina de vôlei e, principalmente, do técnico *Bernardino*, por parte da mídia, CINTRA SOBRINHO (2004) escreve que “A ‘construção’ de ídolos no esporte é outra grande arma da mídia, tanto para vender os espetáculos, como chamar a atenção das audiências para que assistam determinadas competições. A mídia precisa dos ídolos para tornar o espetáculo mais atraente, assim, atletas que realizam performances acima da média passam a ocupar grandes espaços.”

CAMARGO (1999) também acredita que a mídia contribui na construção do mito, argumentando que, para isso, ela “apresenta ao público os momentos e imagens que denotem sua bravura, coragem, espírito de luta ou então a vontade de vencer. São ingredientes necessários que compõe o imaginário do torcedor, que o estimula a torcer pelo seu ídolo.” (p. 407).

Concluindo, pode-se dizer que a FSP, por meio de suas estratégias discursivas (por sinal muito bem argumentadas, coesas e definidas – exemplificando: o retrospecto, a Liga Mundial como preparação, o favoritismo, o acompanhamento da rotina da seleção) exploraram ao máximo as características e peculiaridades de uma seleção que vem sendo bem sucedida. Ficou claro, também, a tentativa de construção de um ídolo do esporte nacional (no caso, *Bernardino*).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao término deste trabalho de conclusão de curso, que tinha como objetivo principal verificar as estratégias de discurso midiático com relação à seleção masculina de vôlei do Brasil nas Olimpíadas de Atenas 2004 (procurando perceber como se dá a criação de expectativas da medalha de ouro), é importante fazer algumas considerações a respeito de sua elaboração.

Como na maioria dos casos, a questão do tempo para a elaboração e entrega de uma monografia é sempre “perturbadora”. Particularmente, acredito que o tempo acaba limitando a qualidade da pesquisa, ainda que não comprometa todo o trabalho realizado.

Outro fator importante no “preparo” desta monografia foi a grande quantidade de temas que se cruzam, e assim, a grande quantidade de publicações a respeito dos temas, como o vôlei (origem, ascensão e transformação em espetáculo), a mídia esportiva, o agendamento no esporte, o espetáculo esportivo, entre outros mais.

Coletar, analisar e categorizar as informações do *Jornal Folha de São Paulo* exigiu bastante tempo, além de muitos “malabarismos” na hora de descrever/explicar as categorias. Mesmo assim, procurou-se não deixar nada “de fora” – optou-se em ser redundante e repetitivo do que negar certas matérias. Também é importante relatar sobre o aprendizado da *análise de conteúdo*, que foi muito interessante, exigindo muita atenção, leitura e trabalho.

Relembrando um pouco a justificativa para sua elaboração, acredito que minha “intuição” (como me referi na Justificativa) acabou se concretizando. Isso porque, pelo que se analisou, a seleção masculina de vôlei do Brasil foi tratada, pela FSP, como a “salvação da Pátria” nas Olimpíadas de Atenas 2004. Talvez pela falta da seleção masculina de futebol e pela “necessidade” de termos heróis...

Ainda a respeito da Justificativa para a elaboração deste trabalho, considero de muita importância sua realização pelo fato de ter “olhado” mais atentamente àquilo que nos é “informado”, no caso, as notícias da FSP. Desta maneira, tenho certeza que minhas leituras serão feitas de forma mais crítica ao abrir um jornal.

Com relação ao *conteúdo* deste estudo, as categorias que foram identificadas nesta pesquisa reforçam o interesse político e ideológico sobre o agendamento (sobre os temas e a forma como eles são abordados pelos meios de comunicação de massa), levando o leitor a ser um consumidor, passando/transmitindo a ele um único entendimento – neste caso, o

favoritismo da equipe de vôlei masculina brasileira nos Jogos Olímpica de Atenas 2004. De igual maneira, pode-se dizer que a estrutura de poder se utiliza dos meios de comunicação de massa para fazer prevalecer seus olhares (a sua opinião, o seu entendimento a respeito de algo), ou seja, há uma relação entre a *comunicação* e o *poder*.

O discurso midiático – o meio como nos são *transmitidas as mensagens* (som, vídeo e texto) age, então, como dominação ideológica, reforçando interesses ideológicos hegemônicos da sociedade.

Outro aspecto bastante importante a considerar é a adequação que a modalidade voleibol vem passando nas últimas décadas a fim de ser um esporte massificado e popularizado no Brasil. Nessa “transformação” sofrida pelo vôlei brasileiro, ele passou a ser um dos melhores exemplos de como uma modalidade esportiva se torna um *espetáculo esportivo*: a relação com a publicidade (uniformes e patrocinadores), com o marketing, as mudanças nas regras para se ajustar às coberturas televisivas (sistema *tie-brake*, por exemplo), a ênfase nos principais jogadores dada pela mídia em geral, os títulos conquistados etc.

Com a lógica do *espetáculo esportivo*, o voleibol passou a ser uma *mercadoria*: não basta apenas jogá-lo. Precisamos usar os produtos divulgados pelos jogadores (*desodorantes, toalhas, sucos, iogurtes, planos de saúde, cursos universitários e muitos outros*), a nos vestir como eles (*e obviamente, fazer propaganda explícita dos patrocinadores!*), a usar os tênis que eles usam (*não tem como você jogar vôlei sem um tênis específico para esta modalidade!*) e, é claro, acompanhar os campeonatos pela tevê, pelo jornal, pela internet – o segredo é *consumir vôlei*.

Através das estratégias discursivas utilizadas pela FSP, constatamos o *discurso hegemônico do esporte*, que enfatiza a vitória, o recorde, a medalha, o rendimento máximo, a personificação – direcionado à seleção brasileira masculina de vôlei: a busca pela medalha de ouro olímpica!

O agendamento (ou o “dizer jornalístico” sobre determinados assuntos) utilizado pela FSP sobre a seleção brasileira de vôlei foi “entendido” (ou visualizado) por meio das estratégias discursivas deste jornal (as categorias).

Através das categorias identificadas e analisadas, verificamos que o *favoritismo* serviu como um *slogan*, ou seja, como a melhor estratégia publicitária para a venda do produto/mercadoria chamado *voleibol*. O *retrospecto* foi utilizado como uma forma racional (visão pseudocientífica) para servir de base ao *favoritismo*, enquanto este último foi levado

para o lado emocional dos leitores. Ainda com relação às categorias, a figura do técnico Bernardinho foi amplamente utilizada/divulgada – tanto o seu *Estilo* (aspectos individuais), como em relação à sua *Família* (o comandante Bernardinho e sua equipe – aspectos coletivos). Já as categorias *Laboratório* (o favoritismo aos Jogos Olímpicos criado alguns meses antes dos Jogos) e *Missão Atenas* (a campanha “messiânica” do vôlei brasileiro na obtenção do ouro olímpico) também demonstram a construção do *agendamento no jornalismo esportivo*.

Evidenciou-se, com isso, a tentativa de “construção” de ídolos nacionais, mais especificamente quanto ao técnico da seleção, o *Bernardinho*, e alguns jogadores como *Nalbert*, *Giba*, *Ricardinho*, *Maurício* e *Giovane*. O ídolo, nas relações esporte-mídia, é a peça-chave para “chamar a atenção” do público/leitores/sociedade. Sem a sua presença nas páginas, parece que o fato não ganha inteligibilidade e não possui relevância.

Diante disso tudo devemos entender a mídia em geral como uma produtora de sentidos, os quais devemos estar preparados para “decodifica-los”; ao mesmo tempo, temos consciência de que não somos “meros seres manipuláveis” por ela (como dizia a *teoria hipodérmica*), mas que a mesma tem muito poder (ou muitas estratégias) para nos influenciar no pensamento, nas ações, em nosso comportamento (*as teorias de efeito a longo prazo*).

Em nossa formação acadêmica, muito se fala “da mídia” mas pouco se “trata da” mídia. Acredito que este assunto merece mais atenção, tendo em vista, a intrínseca relação entre esporte e mídia, e da importância do esporte no contexto da Educação Física Escolar (considerando que é um conteúdo bastante privilegiado nas aulas de Educação Física).

O fato de realizar um trabalho assim em um curso de formação de professores está relacionado à *Educação para a mídia*, isto é, a necessidade de aprofundar conhecimentos a respeito dos meios de comunicação (a mídia em geral) para posteriormente poder abordá-los nas intervenções pedagógicas, dando um enfoque mais crítico ao esporte ou aos demais conteúdos que fazem parte da Educação Física Escolar.

Entendendo os conteúdos da Educação Física de forma mais aprofundada e procurando abordá-los ou tratá-los conjuntamente com o que é produzido pela mídia em geral pode ser uma maneira mais dinâmica para se despertar nos alunos uma visão diferenciada, principalmente do conteúdo esportivo da Educação Física Escolar, transformando a visão reducionista que a sociedade tem de que na Educação Física “só se joga bola” ou que nesta “disciplina escolar” só se deva fazer isso.

A *Educação para a mídia*, entendida como uma interação entre os campos da comunicação (mídia) e da educação (entendido aqui como Educação Física), objetiva indivíduos mais esclarecidos e, portanto, mais críticos da sua realidade. Nesse sentido, a Educação Física pode e deve contribuir na busca desses “objetivos”.

Estudar de forma um pouco mais aprofundada sobre o vôlei, a sua origem, sua vinda ao Brasil, sua trajetória de ascensão e transformação em espetáculo esportivo; tudo isso paralelo a algumas teorias a respeito da mídia (a esportiva, principalmente) e da sociologia crítica do esporte, ajudam, com certeza, a sermos profissionais mais críticos e preparados quando formos, em nossas intervenções, tratar sobre temas que relacionam esporte e mídia.

Concluindo, pode-se afirmar, ao término desta pesquisa, que o seu objetivo principal foi concretizado, tendo em vista que se identificaram as estratégias discursivas utilizadas pela FSP com relação à seleção brasileira masculina de vôlei nas Olimpíadas de Atenas 2004, ou seja, as categorias identificadas representam as estratégias de agendamento (a utilização do *retrospecto*, do *favoritismo*, da figura do Bernardinho – *Estilo Bernardinho* e *Família Bernardinho*, do *Laboratório* na Liga Mundial e da *Missão Atenas* durante a Olimpíada) e que também se “verificou” como se deu a criação de expectativas da medalha de ouro (por sinal, de forma muito intensa!).

## REFERÊNCIAS

- ANFILO, Milton A. **A prática pedagógica do treinador da seleção brasileira masculina de voleibol**: processo de evolução tática e técnica na categoria infanto-juvenil. Florianópolis, 2003. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, s/d.
- BETTI, M. TV a cabo: maximização do esporte telespetáculo. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis, 21(1), p.394-401, set. 1999.
- BIZZOCHI, C. **O voleibol de alto nível**: da iniciação à competição. Barueri: Manole, 2004.
- BOJIKIAN, J. C. M. **Ensinando voleibol**. Guarulhos: Phorte, 1999.
- BORELLI, V. O esporte como uma construção específica no campo jornalístico. In: CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 25, 2002, Salvador/BA. **Anais...** Salvador: INTERCOM, 2002.
- BORELLI, V. A queda de um treinador: estratégias discursivas de agendamento e a demissão de Luxemburgo da Seleção Brasileira de futebol. In: CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 26, 2003, Belo Horizonte/MG. **Anais...** Belo Horizonte: INTERCOM, 2003.
- BORELLI, V.; FAUSTO NETO, A. Cobertura midiática de acontecimentos esportivos: uma breve reflexão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 12, 2001, Caxambu-MG. **Anais...** Caxambu: CBCE, 2001.
- BORELLI, V.; FAUSTO NETO, A. Jornalismo esportivo como construção. **Cadernos de Comunicação**, Santa Maria, n.7, p. 61-74, dez. 2002.
- BORSARI, J. R. **Volibol**: aprendizagem e treinamento um desafio constante. São Paulo: EPU, 1996.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CAMARGO, V. R. T. O movimento olímpico e os meios de comunicação de massa: a interdependência e a perpetuação do mito esportivo. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis, 21(1), p. 406-409, set. 1999.

CINTRA SOBRINHO, D. O importante é... Breves considerações sobre aspectos das relações entre mídia e esporte. In: CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 27, 2004, Porto Alegre/RS. **Anais...** Porto Alegre: INTERCOM, 2004.

DA SILVA, E. O. O esporte como filão publicitário. In: DIEGUEZ, G. K. (org.). **Esporte e poder**. Petrópolis: Vozes, 1985, p. 40-50.

ECO, U. A falação esportiva. In: \_\_\_\_\_. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 220-226.

FAUSTO NETO, A. O agendamento do esporte: uma breve revisão teórica e conceitual. **Verso & Reverso Revista da Comunicação**, São Leopoldo: Unisinos, ano XVI, n. 34, p. 9-17, jan./jun. 2002.

FREITAS FILHO, L. A cobertura esportiva no rádio e no jornal. In: DIEGUEZ, G. K. (org.). **Esporte e poder**. Petrópolis: Vozes, 1985, p. 51-59.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1996.

LEAL, B. S. O jornal versus a notícia. In: CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 26, 2003, Belo Horizonte/MG. **Anais...** Belo Horizonte: INTERCOM, 2003.

MARCHI JÚNIOR, W. **“Sacando” o voleibol: do amadorismo à espetacularização da modalidade no Brasil (1970-2000)**. Campinas: 2001. 267 f. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas.

MATTHLESEN, S. Q. Um estudo sobre o voleibol: em busca de elementos para sua compreensão. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis: CBCE, vol. 15, nº 2, p. 194-199, 1994.

MOLINA NETO, V. Marketing esportivo. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis: CBCE, vol. 13, nº 3, p. 357-364, 1992.

MORIN, E. Os olímpianos. In: \_\_\_\_\_. **Cultura de massas no século XX**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997, p. 105-109. (Volume 1: Neurose).

MÜLLER, U. Esporte e mídia: um pequeno esboço. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis: CBCE, vol. 17, nº 3, p. 212-219, maio 1996.

OLIVEIRA, A. B. C. de. Representações sociais dos ídolos do futebol: construção e significados. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis, 21(1), p.368-372, set. 1999.

PAVARINO, R. N. Teoria das representações sociais: pertinência para as pesquisas em comunicação de massa. In: CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 26, 2003, Belo Horizonte/MG. **Anais...** Belo Horizonte: INTERCOM, 2003.

PINHEIRO, A. B. L. de F. A mídia no voleibol brasileiro masculino. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 10, 1997, Goiânia. **Anais...** Goiânia: CBCE, 1997, p. 537-543.

PIRES, G. De L. **Educação física e o discurso midiático abordagem: abordagem crítico-emancipatória**. Ijuí: Unijuí, 2002, 336 p. (Coleção Educação Física).

SITE Banco do Brasil. Disponível em: [www.esportes-e.com.br](http://www.esportes-e.com.br). Acesso em: 18 ago. 2004.

SITE Clicrbs.com.br. Disponível em: [www.clicrbs.com.br](http://www.clicrbs.com.br). Acesso em: 18 ago. 2004.

SITE Confederação Brasileira de Voleibol. Disponível em: [www.cbv.com.br](http://www.cbv.com.br) Acesso em: 26 ago. 2004.

TCU passa a ter parceiro para fiscalizar verba. **Folha de São Paulo**, 16 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1607200403.htm>. Acesso em: 26 ago. 2004.

TELLES, C. **Presidente Lula assina decreto que regulamenta Lei Agnelo/Piva**. Disponível em: [http://www.esporte.gov.br/noticia\\_detalhe.asp?id\\_noticia=2283](http://www.esporte.gov.br/noticia_detalhe.asp?id_noticia=2283). Acesso em: 08 set. 2004.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais** – a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1995.

VICTOR, F.; ROSEGUINI, G. Regulamentada, Lei Piva fecha cerco a olímpicos. **Folha de São Paulo**, 16 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1607200402.htm> Acesso em: 26 ago. 2004.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

## BASE DOCUMENTAL<sup>30</sup>

APÓS um ano invicto, Brasil perde na França. **Folha de São Paulo**, 09 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0908200408.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

BERNARDINHO faz cortes e viaja para a Europa. **Folha de São Paulo**, 29 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2906200409.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

BERNARDINHO ficará sem Rodrigão nas finais da Liga. **Folha de São Paulo**, 14 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1407200407.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

BERNARDINHO espera confronto Davi x Golias por primeiro lugar. **Folha de São Paulo**, 21 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2108200422.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

BERNARDINHO cita história para conter empolgação do time. **Folha de São Paulo**, 22 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2208200440.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

BERNARDINHO diz que fica por enquanto. **Folha de São Paulo**, 02 set. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0209200437.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

BRASIL já conta com maior time olímpico da história. **Folha de São Paulo**, 17 mai. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1705200402.htm>. Acesso em: 02 jul. 2004.

BRASIL vence a Grécia e segue invicto na Liga. **Folha de São Paulo**, 27 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2706200403.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

BRASIL leva susto, mas vai à fase final da Liga. **Folha de São Paulo**, 03 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0307200419.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

BRASIL troca 3 peças e bate Espanha na Liga. **Folha de São Paulo**, 05 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0507200429.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

BRASIL bate Portugal e vai invicto à fase final. **Folha de São Paulo**, 12 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1207200407.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

BRASIL tenta 4ª final seguida na Liga. **Folha de São Paulo**, 17 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1707200429.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

BRASIL arma enfermaria para “salvar” time. **Folha de São Paulo**, 20 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2007200413.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

BRASIL segue invicto, mas não satisfaz Bernardinho. **Folha de São Paulo**, 20 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2008200410.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

---

<sup>30</sup> Apesar de conter reportagens de maio a setembro, só foram utilizadas para a pesquisa as matérias até o dia 30 de agosto de 2004, o primeiro dia após o término dos Jogos Olímpicos.

CAMPEÕES curtem folga em Atenas. **Folha de São Paulo**, 31 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3008200425.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

COB aumenta mãos do vôlei no revezamento da tocha olímpica. **Folha de São Paulo**, 17 mai. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1705200424.htm>. Acesso em: 02 jul. 2004.

COBOS, P. Nota de corte. **Folha de São Paulo**, 19 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1908200401.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

COM MAURÍCIO, Brasil derrota Portugal. **Folha de São Paulo**, 20 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2006200437.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

COM NALBERT confirmado, só Rodrigão é dúvida. **Folha de São Paulo**, 03 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0308200425.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

COM DICAS de computador, seleção triunfa sem utilizar sua maior arma. **Folha de São Paulo**, 30 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3008200405.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

COMITÊ divulga inscritos nos Jogos e indica a preferência do técnico. **Folha de São Paulo**, 22 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2207200417.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

CONTRA Portugal, Brasil busca ritmo para as finais. **Folha de São Paulo**, 10 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1007200407.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

CORTADO, Henrique “foge” com o cachorro e ganha homenagem. **Folha de São Paulo**, 30 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3008200409.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

CURRO, L. Vôlei do Brasil intriga “mago” dos anos 80. **Folha de São Paulo**, 08 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0808200410.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

CURRO, L. Bernardinho faz corte e define equipe dos Jogos. **Folha de São Paulo**, 11 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1108200424.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

CURRO, L. Quer pagar quanto? **Folha de São Paulo**, 12 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1208200424.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

CURRO, L. Bernardinho se irrita e diz que impasse do prêmio acabou. **Folha de São Paulo**, 13 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1308200427.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

CURRO, L. Bernardinho e família se dizem prontos até para a briga na estréia. **Folha de São Paulo**, 15 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1508200409.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

CURRO, L. De saída e na reserva, Nalbert dá gás a vitória. **Folha de São Paulo**, 16 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1608200430.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

CURRO, L. Bernardinho recorre a beisebol antes de clássico com a Itália. **Folha de São Paulo**, 17 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1708200424.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

CURRO, L. Brasil vence clássico em tie-break épico e evita troco italiano. **Folha de São Paulo**, 18 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1808200417.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

CURRO, L. Seleção busca ouro para retornar ao topo e evitar despedida melancólica. **Folha de São Paulo**, 29 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2908200409.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

CURRO, L.; LESTER FILHO, A.; ROSEGUINI, G. Pai herói. **Folha de São Paulo**, 30 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3008200403.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

CURRO, L.; ROSEGUINI, G. Com sobras e contra maior rival, seleção volta à decisão após 12 anos. **Folha de São Paulo**, 28 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2808200411.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

DECEPÇÃO feminina aumenta pressão sobre homens em revanche com EUA. **Folha de São Paulo**, 27 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2708200427.htm>. Acesso em: 29 ago. 2004.

EUA-84 cativaram Bernardinho. **Folha de São Paulo**, 08 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0808200411.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

GERAÇÃO de prata inaugura escalada do vôlei. **Folha de São Paulo**, 31 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3108200407.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

GIBA faz jogo mais marcante de sua carreira. **Folha de São Paulo**, 19 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1907200425.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

GIBA descarrega emoção de pai para marcar último ponto. **Folha de São Paulo**, 20 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2008200412.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

GIBA consolida volta por cima e afirma que a filha o motivou. **Folha de São Paulo**, 30 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3008200407.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

GIBA conhece filha recém-nascida em Curitiba. **Folha de São Paulo**, 01 set. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0109200419.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

GURU, Giovane cria ritual com pichação para motivar equipe. **Folha de São Paulo**, 29 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2908200413.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

INCONSCIENTE coletivo. **Folha de São Paulo**, 13 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1308200417.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

ITALIANO desfila a maior legião de brasileiros. **Folha de São Paulo**, 26 set. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2609200436.htm>. Acesso em: 28 set. 2004.

LAJOLO, M. Contra rivais fracos, Brasil usa Liga para pegar ritmo. **Folha de São Paulo**, 04 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0406200411.htm>. Acesso em: 07 jul. 2004.

LAJOLO, M. Brasil se mexe por time olímpico. **Folha de São Paulo**, 12 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1206200418.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

LAJOLO, M. Brasil vence Espanha com erros e uma atuação aquém da esperada. **Folha de São Paulo**, 13 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1306200443.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

LAJOLO, M. Reservas minam rival e complicam Bernardinho. **Folha de São Paulo**, 14 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1406200433.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

LAJOLO, M. Diferença gritante. **Folha de São Paulo**, 27 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2706200402.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

LAJOLO, M. Brasil roda para definir o time olímpico. **Folha de São Paulo**, 08 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0807200426.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

LAJOLO, M. Brasil junta os cacos para buscar quarta conquista na Liga. **Folha de São Paulo**, 16 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1607200421.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

LAJOLO, M. Campeão invicto, Brasil repete feito de 92. **Folha de São Paulo**, 19 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1907200423.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

LAJOLO, M. Folga pós-Liga Mundial faz seleção peitar Bernardinho. **Folha de São Paulo**, 21 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2107200412.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

LAJOLO, M. “Quando nos vemos, falamos sobre vôlei”, conta filho e “clone”. **Folha de São Paulo**, 30 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3008200404.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

LAJOLO, M. Para manter a base, Brasil estuda limitar exportações. **Folha de São Paulo**, 31 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3108200404.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

LAJOLO, M. Campeões voltam à quadra sem bicho extra no bolso. **Folha de São Paulo**, 09 set. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0909200407.htm>. Acesso em: 10 set. 2004.

LAJOLO, M.; COBOS, P. Ditos e feitos. **Folha de São Paulo**, 12 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1208200410.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

LEISTER FILHO, A. Com cabeça nas quartas, Brasil perde invencibilidade de 1 ano. **Folha de São Paulo**, 24 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2408200434.htm>. Acesso em: 29 ago. 2004.

MAURÍCIO faz 1º jogo como titular na Liga. **Folha de São Paulo**, 19 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1906200421.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

NA LIGA, Brasil volta a encarar os espanhóis. **Folha de São Paulo**, 02 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0207200411.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

NA FESTA, técnico já pensa em Atenas. **Folha de São Paulo**, 19 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1907200426.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

NA DESPEDIDA, Nalbert deixa mundo milionário. **Folha de São Paulo**, 04 set. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0409200419.htm>. Acesso em: 10 set. 2004.

NALBERT volta a treinar sem restrições. **Folha de São Paulo**, 27 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2707200419.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

NALBERT deve retornar hoje contra franceses. **Folha de São Paulo**, 06 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0608200405.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

NALBERT volta a jogar, e Bernardinho comemora. **Folha de São Paulo**, 07 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0708200411.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

NALBERT sai do banco, incendeia a equipe e transforma o jogo. **Folha de São Paulo**, 18 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1808200418.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

O MELHOR Brasil. **Folha de São Paulo**, 30 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3008200401.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

PAREDÃO italiano preocupa time. **Folha de São Paulo**, 29 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2908200412.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

PRANCHETA vê duelo dos magos de ontem e hoje. **Folha de São Paulo**, 27 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2708200428.htm>. Acesso em: 29 ago. 2004.

PRIMEIRO ouro inspira e sela destino da geração bicampeã. **Folha de São Paulo**, 30 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3008200410.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

RICARDINHO é o atleta que Bernardinho gostaria de ter sido. **Folha de São Paulo**, 28 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2808200413.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

SANTOS, Cida. A hora da seleção. **Folha de São Paulo**, 03 mai. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0305200416.htm>. Acesso em: 02 jul. 2004.

SANTOS, Cida. A Olimpíada do adeus. **Folha de São Paulo**, 10 mai. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1005200425.htm>. Acesso em: 02 jul. 2004.

SANTOS, Cida. As vagas e a mordaca. **Folha de São Paulo**, 17 mai. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk175200416tm>. Acesso em: 02 jul. 2004.

SANTOS, Cida. O percurso em Atenas. **Folha de São Paulo**, 24 mai. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2405200428.htm>. Acesso em: 02 jul. 2004.

SANTOS, Cida. As 12 seleções de Atenas. **Folha de São Paulo**, 31 mai. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3105200424.htm>. Acesso em: 02 jul. 2004.

SANTOS, Cida. Ventos favoráveis. **Folha de São Paulo**, 07 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0706200428.htm>. Acesso em: 07 jul. 2004.

SANTOS, Cida. O Brasil na Liga Mundial. **Folha de São Paulo**, 14 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1406200432.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

SANTOS, Cida. Bom começo. **Folha de São Paulo**, 21 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2106200433.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

SANTOS, Cida. A geração de prata. **Folha de São Paulo**, 28 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2806200424.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

SANTOS, Cida. O torneio do avião. **Folha de São Paulo**, 05 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0507200430.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

SANTOS, Cida. Bons sinais. **Folha de São Paulo**, 12 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1207200430.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

SANTOS, Cida. A vitória e o futuro. **Folha de São Paulo**, 19 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1907200417.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

SANTOS, Cida. O último teste. **Folha de São Paulo**, 26 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2607200422.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

SANTOS, Cida. A vitória e a meta. **Folha de São Paulo**, 02 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0208200427.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

SANTOS, Cida. O grande desafio. **Folha de São Paulo**, 09 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0908200437.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

SANTOS, C. O sonho acabou. **Folha de São Paulo**, 05 set. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0509200419.htm>. Acesso em: 10 set. 2004.

SANTOS, C. Império brasileiro. **Folha de São Paulo**, 13 set. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1309200430.htm>. Acesso em: 15 set. 2004.

SANTOS, C. As feras na Itália. **Folha de São Paulo**, 20 set. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2009200425.htm>. Acesso em: 22 set. 2004.

SEIXAS, F. Futebol imita Bernardinho e impõe choro. **Folha de São Paulo**, 07 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0708200414.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

SEIXAS, F.; COBOS, P. Cruzeiro do sul. **Folha de São Paulo**, 29 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2908200401.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

SELEÇÃO vence Grécia e mantém invencibilidade na Liga Mundial. **Folha de São Paulo**, 28 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2806200423.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

SELEÇÃO joga para adquirir confiança. **Folha de São Paulo**, 04 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0407200451.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

SELEÇÃO encontra time e busca tetra da Liga. **Folha de São Paulo**, 18 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1807200426.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

SELEÇÃO usa artilharia completa contra jejum pós-medalha. **Folha de São Paulo**, 25 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2508200417.htm>. Acesso em: 29 ago. 2004.

SELEÇÃO volta à semifinal após 12 anos e já revida “Guerra Fria” dos EUA. **Folha de São Paulo**, 26 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2608200419.htm>. Acesso em: 29 ago. 2004.

SELEÇÕES conhecem rivais nos Jogos de Atenas. **Folha de São Paulo**, 08 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0806200410.htm>. Acesso em: 07 jul. 2004.

SOARES, P. Campeões olímpicos têm dia de boleiros. **Folha de São Paulo**, 02 set. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0209200404.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

SOB efeito do cansaço, Brasil pega Grécia. **Folha de São Paulo**, 26 jun. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2606200415.htm>. Acesso em: 12 jul. 2004.

SOBREVIVENTES de 92 colocam medalha no peito sem jogar. **Folha de São Paulo**, 30 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3008200411.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

SUPERFAVORITISMO é mito, segundo o treinador. **Folha de São Paulo**, 15 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1508200410.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

TÉCNICO comemora seu 45º aniversário analisando vídeos. **Folha de São Paulo**, 26 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2608200420.htm>. Acesso em: 29 ago. 2004.

TÉCNICO diz não dormir há 3 dias. **Folha de São Paulo**, 28 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2808200412.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

TESTES “forçados” dão nova cara ao time brasileiro. **Folha de São Paulo**, 19 jul. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1907200424.htm>. Acesso em: 04 ago. 2004.

TIME masculino encara EUA de olho na liderança e no rival das quartas. **Folha de São Paulo**, 23 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2308200423.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

TIME se destaca em fundamentos. **Folha de São Paulo**, 30 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3008200408.htm>. Acesso em: 03 set. 2004.

TÍTULO da Liga Mundial rende prêmio maior. **Folha de São Paulo**, 09 set. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0909200408.htm>. Acesso em: 12 set. 2004.

VELOZ, seleção fura muralha russa e garante vaga antecipada. **Folha de São Paulo**, 22 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2208200439.htm>. Acesso em: 27 ago. 2004.

## **ANEXOS**

ANEXO 1:  
FSP, 04/06/2004 (“*Laboratório*” – Período Pré-Olimpíada)

ANEXO 2:  
FSP, 31/05/2004 (“*Favoritismo*” – Período Pré-Olimpíada)

ANEXO 3:  
FSP, 14/06/2004 (“*Estilo Bernardino*” – Período Pré-Olimpíada)

ANEXO 4:  
FSP, 19/07/2004 (*“Retrospecto”* – Período Pré-Olimpíada)

ANEXO 5:  
FSP, 15/08/2004 (*Família Bernardino* – Período Olímpico)

ANEXO 6:  
FSP, 16/08/2004 (“*Missão Atenas*” – Período Olímpico)

ANEXO 7:  
FSP, 18/08/2004 (*“Retrospecto”* – Período Olímpico)

ANEXO 8:  
FSP, 15/08/2004 (*Favoritismo* – Período Olímpico)

ANEXO 9:  
FolhaOnLine/BBC Brasil, 11/08/2004

ANEXO 10:  
Yahoo!Brasil Notícias, 22/04/2004