

O PROCESSO DE “CONSTRUÇÃO” DE ÍDOLOS ATRAVÉS DO AGENDAMENTO ESPORTIVO NA MÍDIA: O CASO DO TÉCNICO BERNARDINHO¹

Cristiano Mezzaroba

Licenciado em Educação Física/UFSC

Acadêmico do Curso de Ciências Sociais/UFSC

Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva/CDS/UFSC

Em época de Olimpíadas, como a ocorrida durante o mês de agosto de 2004, percebe-se uma grande importância dada aos esportes pela mídia. Acompanhando-se mais atentamente aquilo que foi “transmitido” pela mídia impressa, em especial pelo *Jornal Folha de São Paulo* (FSP) – de 01/05 até 30/08, através do procedimento metodológico da *análise de conteúdo* (categorias), constatou-se a tentativa de “construção” de uma imagem de “herói” para o técnico Bernardinho, haja vista o destaque dado a sua pessoa/imagem durante esse tempo (a idéia de personalização/mitificação). No momento anterior à Olimpíada – categoria “*Estilo Bernardinho*” – evidenciou a ênfase discursiva dada aos aspectos individuais do treinador: pessoa perfeccionista, exigente, preocupada, enigmática, trabalhadora e, principalmente, vencedora. No momento seguinte, durante a Olimpíada – categoria “*Família Bernardinho*” – mostra que os registros jornalísticos evidenciaram discursos relacionados à figura do técnico e seus “comandados”, enfatizando a união e harmonia entre ambos, formando uma “*família*”. Pode-se dizer, então, que a estratégia utilizada pela FSP foi a de repetir algo que já havia dado certo antes (sob o comando de Luís Felipe Scolari, a seleção brasileira de futebol na Copa do Mundo de 2002 foi designada “Família Scolari” e, aos aspectos individuais do técnico, “Estilo Felipão”). Constatou-se que, além de facilitar o agendamento do evento através da sua personificação, esse processo contribui para a “construção” de um ídolo nacional, o Bernardinho, o que nas relações esporte-mídia é a peça-chave para “chamar a atenção” do público/leitores/consumidores/sociedade. Sem a sua presença, parece que o fato veiculado não ganha inteligibilidade, nem possui relevância jornalística.

¹ Trata-se de um “recorte” da monografia intitulada *Estratégias discursivas no agendamento do esporte na mídia: o voleibol masculino do Brasil em Atenas 2004*, (MEZZAROBA, 2004), cujo orientador foi o Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires (CDS/UFSC).