

# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DEL DEPORTE: LOS ATLETAS COMO MODELOS DE COMPORTAMIENTO

**Doiara Silva dos Santos**

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, Espírito Santo, Brasil

**Ana Gabriela Alves Medeiros**

Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia, Brasil

## Resumen

Los medios han transformado los procesos de comunicación y suscitado nuevas interacciones comunicativas entre los actores sociales. Tales procesos generan códigos específicos que producen efectos de percepción, recepción y comportamientos sociales. Este estudio buscó identificar de qué forma el atleta se constituye como actor social del deporte en el discurso mediático. Fueron analizados los reportajes de la Revista Veja (de circulación nacional y gran visibilidad en los medios de prensa brasileña), presentes en la sección de deportes de enero de 2007 a enero de 2008. Se verificó la figura mítica del atleta como actor social del deporte, así como sus representaciones como modelo de comportamiento.

**Palabras claves:** Medios gráficos – Atleta – Análisis de Contenido.

---

## Introducción

Los periódicos, radio, revistas, cine y televisión constituyen marcos históricos y sociales en la historia de los medios. Desde su llegada, en que el público receptor de los mensajes era presentado como homogéneo (y eso configuró lo que fue denominado comunicación en masa), hasta la nueva tecnología en la sociedad contemporánea, los procesos comunicativos de los medios generan códigos (BRIGGS; BURKE, 2004).

Estos códigos son específicos y producen efectos de percepción, procesos de recepción y comportamientos sociales. Los medios han transformado los procesos de comunicación y suscitado nuevas interacciones comunicativas entre los actores sociales. Ante eso, el presente estudio buscó identificar de qué forma el atleta se constituye como actor social del deporte en el discurso mediático.

Para ello, fueron analizados reportajes de la Revista Veja (de circulación nacional y gran visibilidad en los medios gráficos brasileños) presentes en la sección de deportes de enero de 2007 a enero de 2008 que incluyen la expectativa y realización de los Juegos Panamericanos de Rio en 2007 y el periodo que antecede los Juegos Olímpicos de Pekín en 2008.

Antes de ese objetivo, teníamos la perspectiva de la cultura deportiva como parte de la cultura contemporánea; definida como “[...] un conjunto de acciones, valores y comprensiones que representan al modo predominante de ser/estar en la sociedad globalizada, con relación a su ámbito deportivo”, tienen significaciones simbólicas que vienen siendo incorporadas (dada la fuerza del apelo mediático y su efecto multiplicador) por la sociedad (PIRES, 2001, p. 15).

Ante eso, la cultura como un todo y el fenómeno deportivo tienden a un proceso de mundialización creciente y no resignan más la participación de los medios en su producción, difusión o transformación (THOMPSON, 1995). De este modo, el deporte y los medios están comprendidos en una relación de reciprocidad.

En ese sentido, los medios se constituyen como una industria que produce y conduce símbolos y significados que tienen implícito un conjunto de elementos, los cuales interfieren en la estructuración, organización y reorganización de lo que se percibe en la realidad en que el receptor está inserto. La discusión del deporte mediante este proceso de espectacularización, sus significados y símbolos en cuanto a las posibilidades de intervención en educación deben suscitar cuestionamientos que involucran la diferenciación entre pasividad y actividad, entendiendo el consumo inconsciente como un factor alienante del potencial creador y de la imaginación (KELLNER, 2006).

De hecho, el discurso mediático influencia la información y/o el conocimiento que se tiene con respecto a un hecho, los estándares de lingüística, las acciones sociales, las actitudes y las emociones. En ese sentido, deja de ser meramente instrumental para ser estructural. La comunicación cambia el lugar de la cultura en la sociedad volviéndose estructuradora y reestructuradora.

Así, la globalización económica e informativa contribuye a la descentralización de saberes que pueden y deben ser mediados,

comprendidos y discutidos evitando su consumo pueril. Fischer (2002, p. 89) sugiere que el análisis de los discursos de los medios en las investigaciones educativas necesita

[...] dar cuenta exactamente de la compleja trama existente entre el lenguaje específico en correlación con los sentidos que en ella circulan y son contruidos, elementos que no se separan del modo de ser y estar, en el interior de las prácticas de producción, envío y recepción de productos mediáticos.

En ese sesgo, comprendemos el deporte como un fenómeno moderno, que no solo tuvo influencias del contexto de la Revolución Industrial (sobre todo del modelo inglés), pero trae consigo los valores arraigados que vuelven al atleta, por ejemplo, un modelo de comportamiento, una figura mítica, un héroe.

Para proceder al análisis, fueron seleccionados los reportajes/entrevistas a las cuales tenían como objetivo aspectos relacionados a un atleta o un grupo de atletas. Fueron excluidos aquellos que, aunque se tratan de deporte, tenían como temática central, por ejemplo, la salud, la organización deportiva, etc.

De esa forma, de enero de 2007 a enero de 2008, fueron encontrados 26 reportajes en la sección de deportes de la Revista Veja. De estos, 13 compusieron el corpus de este análisis por tratar de la temática específica a la cual este estudio se propone investigar (dos se encontraban en sección especial específica de los Juegos Panamericanos de Rio/2007 que substituyó la sección de deportes durante el evento mencionado).

El Análisis de Contenido (AC) fue la técnica utilizada que permitió la descripción de los mensajes identificados en los reportajes y/o entrevistas. Por medio de procedimientos sistemáticos y objetivos, fueron producidas inferencias de contenidos relativos a las condiciones de producción/recepción de estos mensajes (variables inferidas) de acuerdo con el referencial teórico a partir de los cuales llegamos a la problemática de este estudio.

Una ficha de observación (FO) fue elaborada para la sistematización de los análisis de los reportajes y/o entrevistas presentes en la sección de deportes. Esta contenía, a saber: el título y sus respectivas informaciones relevantes; autoría y/o entrevista;

descripción de fotos/ilustraciones; y el registro de la fecha, edición y páginas. Vale destacar que esta documentación en la FO facilita la identificación de los reportajes ya que ellos son de acceso público en ediciones gráficas y, más recientemente, su contenido se encuentra en acervo digital (de acceso gratuito) en la página web de la Revista Veja.

La FO utilizada en este estudio resultó de su uso y perfeccionamiento previos, en un reportaje de la misma revista, que contempló la temática del estudio, pero, en otro periodo. Para completar la FO, en el ítem informaciones relevantes, describimos cada reportaje así como reproducimos fragmentos que pudiesen, al mismo tiempo, facilitar el trabajo de análisis y garantizar el uso fidedigno de frases y términos.

Identificamos y destacamos para este análisis las siguientes categorías: (1) el atleta como símbolo de identidad nacional; (2) el atleta “héroe”; (3) el atleta villano/transgresor. Entendemos que la primera categoría tiene influencia directa sobre las demás, eso podrá ser verificado a lo largo del texto.

Es importante recordar que la AC puede ser cuantitativa y cualitativa. Existe una diferencia entre esos dos abordajes: la cuantitativa busca establecer una frecuencia de las palabras que se repiten en el contenido del texto (de acuerdo con el objetivo de la investigación); la cualitativa considera la presencia o la ausencia de una dada característica de contenido o conjunto de características en un determinado fragmento de mensaje y atenta, por lo tanto, a su componente retórico (MINAYO; NETO; DESLANDES, 2003). Este estudio se delinea a partir del abordaje cualitativo de la AC.

### **El Atleta, el héroe, el villano**

Se observó que la figura del atleta en los reportajes analizados estuvo asociada a algunos elementos comunes que interactúan entre sí, de acuerdo con las categorías verificadas. Son ellas: el héroe, el villano y, en un contexto más amplio, un modelo de comportamiento vinculado a factores de identidad.

En “Joven de Gran Valor: En solo un año Breno pasó de Júnior a crack de São Paulo, y ahora, va al Bayern Múnich” (2007a) se cree que la conquista de aspiraciones financieras está vinculada a la figura mítica del atleta, que no sucumbe a las dificultades diversas en su trayectoria y heroicamente las vence, después de una larga espera.

Larga si consideramos que muchos de estos atletas llegan aún niños a las divisiones de base de los clubes.

El reportaje destaca la velocidad con que el jugador de fútbol Breno vivió de la aspiración de jugar en un gran club, se vuelve ídolo y gana mucho dinero realizando sus deseos. Un ascenso “meteórico” que se debe a su fútbol “maduro y desenvuelto”. En un año se volverse ídolo, jugar en un gran club y ganar mucho dinero lo identifica como un héroe. Es la idealización del éxito presente en este discurso.

Este proceso es recurrente en la revista en cuestión. La superación de situaciones adversas, que constata, en estos discursos, el carácter heroico atribuido al atleta, sobrepasa desde cuestiones socioeconómicas hasta las características físicas, el ámbito familiar perturbado, problemas de salud, etc. Es en este aspecto que identificamos la significación simbólica en el contexto deportivo mediada por los medios. Pires (2001, p. 16) destaca que esta significación simbólica se refiere “a los sentidos simbólicos que se atribuyen a los signos sociales representados por las conductas y comportamientos de los integrantes de diversos segmentos del deporte”.

El reportaje sobre la tenista belga Justine Henin, por ejemplo, se centra en sus victorias, “a pesar de la baja estatura” e historia angustiante (la madre falleció cuando tenía 12 años, a los 17 rompió con el padre y se fue a vivir con su novio). El motivo de su conflicto con el padre (la intención de controlar su carrera) es mencionado como un acontecimiento muy frecuente en el mundo del tenis femenino (SALVADOR, 2007c).

La narrativa entonces detalla las dificultades de la atleta en lo que se refiere a su salud. El descubrimiento de que la atleta sufría de asma crónica (motivo que la alejaría de los Juegos Olímpicos de Pekín) es relatado como otro factor que pudiese hacerla desistir. Estos factores sumados atribuyen un sentido simbólico de realzar las victorias de la atleta, dándole a ella una personalidad fuerte y combativa.

Ya la “fama de buen mozo” del jugador de fútbol de Kaká está directamente asociada a su éxito en el fútbol italiano, sobre todo, a la conquista de títulos (SALVADOR, 2007b). Según el texto, el jugador ambiciona ser símbolo de la selección brasileña y no teme a las exigencias de “pos título” que comúnmente recae sobre los jugadores.

Se puede ver que su modelo de comportamiento está resaltado (como el hecho de que él mismo administra su dinero e inversiones). Finalmente, al ser consultado por que su nombre no aparece en los tabloides de rumores, el “buen mozo” respondió: “simplemente porque me gusta salir con mi esposa o mis amigos para cenar y siempre vuelvo a casa temprano” (SALVADOR, 2007b, p. 128).

La figura “ejemplar” del atleta es fácilmente identificada, así como también lo es la asociación de que su éxito profesional está vinculado a este factor. Las significaciones simbólicas que vemos en este discurso no restringen el “modelo” de comportamiento del atleta a su desempeño profesional. Verificamos una mediación de estas significaciones que integran también en las relaciones sociales, familiares, etc.

Pero, el atleta también está en la inminencia de volverse “villano”. El reportaje sobre el jugador de fútbol Richarlyson comienza con una cita de lo que sería una declaración del atleta en la cual él negó ser homosexual. Esta declaración fue una respuesta a los rumores que surgieron después del festejo de un gol en que él hizo un baile. De acuerdo con la declaración del jugador, tales rumores podrían perjudicar su carrera.

Las declaraciones del juez, que archivó una queja/delito hecha por el jugador contra el dirigente administrativo del club Palmeiras (cuyas declaraciones formaron parte de estos rumores), son consideradas desastrosas y pre conceptuosas. Las denominadas “perlas” del juez en cuestión, fueron ilustradas como en el siguiente fragmento: “la aceptación de homosexuales en el fútbol brasileño perjudicaría la uniformidad del pensamiento de equipo, la adaptación, el equilibrio, el ideal y hasta el hincha que va al estadio con su hijo a ver su equipo de corazón” (BRASIL, 2007, p.100).

Se ve la “preocupación” del juez con relación al atleta como modelo de comportamiento para quien ve su desempeño deportivo, lo que pasa a ser una cuestión periférica, y, por lo tanto, nota influencias de su comportamiento sobre la familia, el pensamiento de equipo, la adaptación y hasta la pasión del hincha por el equipo de corazón.

En lo que concierne al fútbol, destacamos que esta narrativa permite interpretaciones que parecen converger con lo que Helal, Soares y Lovisolo (2001, p. 66) averiguaron sobre la fuerte atracción de este deporte en lo que se refiere a la construcción de la identidad

nacional brasileña. Destacamos que están en juego valores, hábitos y un discurso moral en torno del deporte, en este caso en torno de la homosexualidad.

Identificamos que este tenor moralizante, sobre todo considerando la popularidad del fútbol en Brasil, es recurrente dado el hecho de que la preocupación del propio atleta es notable. Él, por lo tanto, ve y/o incorpora «su papel» como modelo que es e influencia que tiene, teme la pérdida de un prestigio con relación al público con quien crea una identidad (afuera a las cuestiones de “amor a la camiseta”).

El factor de identidad nos llama mucho la atención para la narrativa sobre el jugador Richarlyson. Las colaboraciones de Pires (2001, p. 16) nos hacen identificar lo cuan influente el discurso mediático puede ser en el sentido de “ayudar a tornar familiares” y hasta determinar “papeles” para cada uno de los segmentos y/o actores del escenario deportivo. Más que eso: estos discursos potencializan una verdadera “incorporación” de estos papeles en la cultura deportiva en sí.

El reportaje sobre la atleta de golf Angela Park se caracteriza también por la relación entre deporte e identidad nacional. Se trata de vislumbrar y expandir la identidad deportiva de deportes poco populares en Brasil bajo el amparo del nacionalismo. Se destaca el crecimiento del golf en el país en cuanto al número de practicantes y campos de golf, apuntando como factor decisivo para la popularización del deporte, y aún ausente, un ídolo nacional (TEIXEIRA, 2007).

Se menciona la el intento de divulgación del golf por medio de ídolos de otros deportes como: Ronaldo Fenómeno (jugador de fútbol) y Rubens Barrichelo (Fórmula 1). Una debutante en la liga profesional de golf de los Estados Unidos, la brasileña Angela Park, se destacó y alcanzó grandes resultados en la liga del US Women's Open (el torneo más importante del mundo).

La atleta fue bautizada como golden girl (muchacha de oro) por la prensa americana. El presidente de la Confederación Brasileña de Golf, Álvaro Almeida, habría dicho: “Para ser perfecto solo faltaba que Ángela tenga un apellido bien brasileño, como Silva [...] sería una justificación más para llamar la golfista como nuestra” (SALVADOR, 2007c, p.126).

El mismo aspecto, el nacionalismo, es identificado en “Phelps

brasileño: Récord mundial hace de Thiago Pereira la gran promesa de la natación para Pekín” (BORTOLOTTI, 2007a). Desde el título, cuya referencia heroica, campeona, se hace por la mención a un atleta destacado en el escenario internacional, hasta la “esperanza” de medallas confiada a Thiago Pereira, se ve la interrelación entre la figura heroica y la representatividad nacional.

De hecho, de acuerdo con Rubio (2002, p. 3), “la espectacularización del deporte moderno y supervalorización de los hechos y resultados alcanzados por el atleta haber sugerido una relación entre el protagonista del espectáculo deportivo y la figura espectacular del héroe”.

Las narrativas de la revista en cuestión transitan también entre la tecnología y la figura mítica que consolidan el atleta como héroe. En “Próximo del límite: Aún sin las principales estrellas, el Pan de Brasil reunirá máquinas humanas en búsqueda de nuevos récords” (2007) eso es notable. A partir de las especificidades del entrenamiento de atletas como Jadel Gregório (salto triple) y Thiago Pereira (natación), se destaca que, a pesar de no equipararse al nivel olímpico, el Panamericano también trae consigo la capacidad de superación de sus atletas: “Es en la capacidad de llegar donde ningún otro humano jamás llegó que reside el deporte de alto nivel” (SOARES, 2007, p.75).

Se señala que el quiebre de un récord involucra factores genéticos, tecnológicos, psicológicos, etc.: “La competencia olímpica es un gran laboratorio de los límites del cuerpo humano” (SOARES, 2007, p.75). El Pan se apunta como la oportunidad de jóvenes talentos de consagrarse en el escenario de competencias internacionales; “En el universo de los súper atletas, el tiempo tiene un significado diferente al que representa para el resto de la humanidad” (SOARES, 2007, p. 76).

Este discurso permea el desempeño atlético y el aporte tecnológico reforzando la condición mítica de los atletas por tener representaciones de tiempo y espacio diferentes del “resto de la humanidad”. Muestra la idea de que la construcción del mito contribuye para una comprensión de la realidad cuyas raíces no pueden encontrarse exclusivamente en explicaciones racionales. De hecho, hay un contexto propicio y un juego de intereses para perpetuar la pasión deportiva, esta relación recíproca entre medios y

el deporte ya fue mencionado anteriormente según las proposiciones de Thompson (1995).

De forma convergente, Rubio (2002) sugiere que el intento de perpetuar la pasión deportiva culmina en la “fabricación” de los ídolos deportivos. Los medios especializados hacen uso de esa “fabricación” como una piedra fundamental, en la cual se asientan sus objetivos, y hacen valer la máxima: no hay deportes (de rendimiento) sin ídolos.

El discurso de la Revista Veja, aunque pone en foco que Brasil no es una potencia deportiva y que “nuestros héroes” no son del todo “héroes”, yendo al encuentro a esa máxima. Sin embargo, sería un equívoco no considerar que este discurso se dé en tono de lamento. En “Contra Hermanos y juveniles es fácil: Brasil nunca tuvo tantos oros. Pero, pocos atletas pueden repetir lo hecho en las Olimpiadas” (2007), evidenciándose las limitaciones de “nuestros combatientes” en el deporte de alto nivel.

Se destaca la mejor participación brasileña en una edición de los juegos Panamericanos alertando: “Para un imprudente hasta podría parecer que el país es una potencia deportiva [...], mientras tanto, [...] los rotos y desaliñados latinoamericanos compitieron con los equipos juveniles de los Estados Unidos y Canadá” (BORTOLOTI, 2007b, p. 88). Así, no hay motivo para euforia y expectativa en cuanto las posibilidades en los Juegos Olímpicos de Pekín.

Los avances son reconocidos a pesar de que “estamos lejos del pelotón de frente Olímpico” (BORTOLOTI, 2007b, p. 89). Presupuestos de las confederaciones de atletismo, gimnasia y natación son citados como buenos índices de evolución. Constatamos que el texto apunta para una posible dirección: “Solo con dinero y planificación Brasil dejará la compañía de los rotos y desaliñados que tienen su única fiesta de verdad en los Juegos Panamericanos” (BORTOLOTI, 2007b, p. 89).

Con los héroes no tan héroes así, emerge la discusión sobre la “pérdida” de algunos de estos ídolos. La expansiva exportación de jugadores de fútbol se vuelve un tema recurrente en la Revista. Para tal expansión dos factores son apuntados: la velocidad con que el Este Europeo y Asia pasaron a incorporar jugadores brasileños en su elenco; y el hecho de que los clubes brasileños no esperan al jugador ganar fama y experiencia, vendiéndolos a precios no tan altos como

podrían.

El jugador Pepe no es mencionado como un ejemplo de este contexto (FAVARO, 2007). Él fue vendido a los 18 años por el Corinthians alagoano por 40 mil dólares al Marítimo, seis años más tarde fue vendido al Real Madrid por 30 millones de euros. Helal, Soares y Lovisolo (2001) constatan y refuerzan la fuerte identificación brasileña con el fútbol. Entendemos que el sentimiento de “pérdida” que identificamos en este discurso denota una nostalgia de esa fuerte identificación nacional con el fútbol, paradójicamente, personificadas y mitificadas en la figura del ídolo/héroe. No obstante, hay los que dejan de ser héroes aunque momentáneamente. Habiendo sido, pierden ese status por algún motivo “transgresor” al fuerte discurso ideológico en torno de la moral en el cual el deporte moderno está envuelto. El doping es uno de esos motivos, como lo visto en “Fraude en la piscina: examen antidoping flagra a Rebeca Gusmão, vencedora de dos medallas de oro en el Pan” (2007).

El doping de la nadadora Rebeca Gusmão, en los Juegos Panamericanos de Rio de Janeiro, hizo que “Brasil” pierda las primeras medallas de oro de la natación femenina, según el texto. En el día de la apertura de los Juegos, la nadadora se sometió a un examen antidoping en el cual fue identificado un alto índice de testosterona.

Además, una prueba de ADN reveló que muestras de su orina, recogidas durante la competencia, pertenecían a personas diferentes. Tal hecho corroboró que las sospechas de que Rebeca había usado anabolizantes sean confirmadas. Vemos una narrativa resentida en que la pérdida, más que simplemente de la atleta, es una pérdida de la nación.

A partir de la apropiación de las consideraciones de Kellner (2006) sobre los medios y el deporte-espectáculo, en que “las celebridades son los íconos de la cultura de los medios, los dioses y diosas de la vida cotidiana” (KELLNER, 2006, p. 6), vemos que esos discursos “resentidos” situaron a la atleta en una pérdida de la condición de “diosa”. Por lo tanto, ella se transformó en la protagonista de ser ídolo/héroe de una manera cíclica y desconfiada. Esto se da a medida que pasó de “orgullo de la nación” (con la conquista de las medallas), a “mal ejemplo” (con el resultado de los exámenes).

En otro texto también recae sobre las atletas del fútbol femenino de Brasil, en especial la jugadora Marta, un discurso desconfiado. No se contesta al talento de la jugadora, pero, sobre ella incide la responsabilidad de todo el equipo, de acuerdo con lo que fue identificado en “El brillo de las chicas: con grandes gambetas de Marta, la selección llega a la final de la Copa del Mundo femenina” (2007).

Se enfatiza el mérito de la selección brasileña de fútbol femenino, en especial de la jugadora Marta Vieira, que, después de marcar el cuarto gol en la victoria de la selección sobre las archirriviales americanas, fue aplaudida de pié. La atacante brasileña marcó dos goles en la partida, uno de ellos fue narrado con destreza comparable a grandes cracks brasileños como Pelé y Zico.

Sus gambetas fueron comparadas a pasos de samba (recurso de identidad verificado) y le dieron a Marta el título de mejor jugadora del mundo por la Federación Internacional de Fútbol (FIFA). Fue resaltada la dificultad del juego contra el equipo alemán y se exigió: “Marta tendrá que esmerarse aún más en las gambetas” (JACOBSON, 2007, p. 129).

El título inédito, según el texto, transformaría el fútbol femenino en pasión nacional (con inversiones y campeonatos, como el masculino). La conquista del título, como fue posible de ver y, obviamente, todos los rituales míticos imprimidos en la ceremonia de festejo, influencias para que se alcance el status de héroe y el nacionalismo sea, entonces, despertado.

Vemos que el factor de identidad, ya constatado por los autores Helal, Soares y Lovisolo (2001), en lo que se refiere a la modalidad fútbol, también está presente en el fútbol femenino. Sin embargo, el texto analizado sugiere una identificación muy centralizada en el talento y desempeño de una atleta en particular.

El reportaje que presenta el «crack» del salto triple brasileño, Gregório, que, después del Gran Premio Brasil de Atletismo, entró en la historia como uno de los diez mejores atletas del mundo del salto triple, refuerza el ideal de nacionalismo. Se afirma que el atleta paranaense de 26 años desea aumentar su colección de títulos con la conquista de una medalla olímpica. En entrevista, el atleta reconoció que aún debe mejorar.

Verificamos que el deseo de mejorar y conseguir la medalla olímpica pasa por un proceso de significación simbólica mediado por

el discurso mediático que tiende a colectivizarlo nacionalmente. En el camino inverso, ¿cuál es la repercusión, y en consecuencia la representación social, que, cada vez mayor, expresividad de una conquista le traerá? Posiblemente ha de verse como un héroe nacional, un ídolo, un orgullo de la nación, discursos (no coincidentemente) expresados, potencializados y “vendidos” por estos mismos medios.

Son cuestiones suscitadas en esa dialéctica que traen representaciones del atleta (como un actor social) ora cíclicas, paradoxales, reticentes. Tales representaciones sobrepasan el ámbito deportivo, por el conjunto de valores sociales históricamente contruidos que el “ser atleta” trae imbricado en sí.

### **Consideraciones Finales**

A partir del entendimiento de que el deporte de rendimiento compone lo que Kellner (2006, p. 6) denomina “campo del espectáculo”, vemos que la espectacularización del deporte moderno y la supervalorización de los resultados alcanzados por el atleta han sugerido una relación entre el protagonista del espectáculo deportivo y la figura del héroe en los reportajes analizados.

En las actividades deportivas, el mito es la representación del héroe. El mito deportivo posee características particulares, son talentosos y carismáticos, y sus trayectorias de vida son narradas de forma de volverse paradigmas de los deseos sociales (HELAL; SOARES; LOVISOLO, 2001). Las representaciones traen, como inherentes a sí, lo simbólico. Según Pesavento (2003, p. 41), «dicen más de aquello que muestran o enuncian, cargan sentidos ocultos que, contruidos social e históricamente, se internalizan en el inconsciente colectivo y se presentan como naturales».

La producción y propagación de discursos de los medios sobre este campo del espectáculo sugieren la presencia de esas representaciones también en las narrativas investigadas. Tales representaciones nos señalan que, viniendo del escenario deportivo, el atleta como actor social simboliza, produce y reproduce el nacionalismo arraigado en las competencias deportivas, asume la figura heroica, mítica, y trae consigo un modelo de comportamiento que, a veces, cuando es transgresor o es subvertido, lo torna villano.

Estas representaciones permean el imaginario social e influyen en

cuestiones como la identidad nacional (muy recurrente en los reportajes analizados), el discurso moral en torno del deporte y del atleta más específicamente. Sobre todo, corroboramos con Kellner (2006) sobre estas construcciones discursivas dominantes son susceptibles de ser acatadas o rechazadas en la formación de la identidad.

Verificamos, por lo tanto, que la repercusión del comportamiento de un atleta extrapola la temática deportiva. De esta forma, moviliza debates sociológicos más amplios que sobrepasan la cultura del ídolo deportivo, que es, al mismo tiempo, fomentada y mediada por los medios. Tales debates incitan a cuestiones en cuanto a la significación de la relación del deporte de rendimiento y formaciones discursivas a partir de la creación de personajes míticos, heroicos y/o transgresores, en los más diversos aspectos sociales.

---

## Referencias

BORTOLOTTI, M. Phelps brasileiro: Recorde mundial faz de Thiago Pereira a grande promessa da natação para Pequim. *Revista Veja*, São Paulo, 2036 ed., p.98-99, 28 nov. 2007 a.

\_\_\_\_\_. Contra Hermanos e juvenis é fácil: o Brasil nunca teve tantos ouros. Mas, poucos atletas podem repetir o feito nas Olimpíadas. *Revista Veja*, São Paulo, 2019 ed., p.88-89, 01 ago. 2007b.

BRASIL, S. Pisou na bola: ao arquivar ação de jogador, juiz afirma que gays não têm espaço no viril futebol. *Revista Veja*, São Paulo, 2021 ed., p.100, 15 ago. 2007.

BRIGGS, A.; BURKE, P. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet*. [Tradução Maria Carmelita Pádua Dias]. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

FAVARO, T. Craque de exportação: desconhecidos no Brasil, craques em início de carreira fazem sucesso no exterior. *Revista Veja*, São Paulo, 2017ed., p.76, 18 jul. 2007.

FISCHER, R. M. B. Problematizações sobre o exercício de ver:

mídia e pesquisa em Educação. *Revista Brasileira de Educação*, São Paulo, n. 20, p. 83-94, 2002.

HELAL, R.; SOARES, A. J.; LOVISOLO, H. *A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria*. Rio de Janeiro, Mauad, 2001.

JACOBSON, J. O brilho das meninas: com grandes dribles de Marta, a seleção chega à final da Copa do Mundo feminina. *Revista Veja*, São Paulo, 2028 ed., p.129, 03 out. 2007.

KELLNER, D. *A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo*. [Tradução: Rosemary Duarte], Líbero, ano VI, v. 6, n. 11, 2006.

LIMA, R. de A. Fraude na piscina: exame antidoping flagra Rebeca Gusmão, vencedora de duas medalhas de ouro no Pan. *Revista Veja*, São Paulo, 2034 ed., p.120, 14 nov. 2007.

MINAYO, M. C. de S.; NETO, O. C.; DESLANDES, S. F. (Orgs.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 22 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

PESAVENTO, S. J. *História e Histórica Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

PIRES, G. de L. *A Educação Física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória em pesquisa-ação no ensino de graduação*. 2000. 229 f. Tese (Doutorado em Ciência do Movimento Humano) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2001.

RUBIO, K. O trabalho do atleta e a produção do espetáculo esportivo. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Universidad de Barcelona, v. VI, n. 119 (95), 1 ago. 2002.

SALVADOR, A. jovem de grande valor: em apenas um ano Breno passou de Júnior a craque do São Paulo, e agora, vai para o Bayern de Munique. *Revista Veja*, São Paulo, 2039 ed., p.126, 19 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. “Quero ganhar tudo duas vezes”: talentoso e com fama de bom moço, Kaká termina uma temporada de sucesso no Milan e fala sobre o futuro e o plano de se tornar pastor evangélico. *Revista Veja*,

São Paulo, 2039 ed., p. 128, 19 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. A baixinha vence as gigantes: tenista número 1 do mundo Justine Henin precisou superar não somente a altura das rivais, mas também a asma e um passado sofrido. *Revista Veja*, São Paulo, 2035 ed., p.126-127, 21 nov. 2007.

SOARES, R. Próximo do limite: mesmo sem as principais estrelas, o Pan do Brasil reunirá máquinas humanas em busca de novos recordes. *Revista Veja*, São Paulo, 2012 ed., p.74-76, 13 jun. 2007.

TEIXEIRA, D. Brasileira de ouro: a paranaense Angela Park torna-se a atleta nacional mais bem-sucedida no golfe internacional. *Revista Veja*, São Paulo, 2016 ed., p. 98-99, 11 jul. 2007.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 1995.

-----

Recebido em: 28/10/2009

Revisado em: 02/11/2009

Aprovado em: 19/11/2009

**Endereço para correspondência:**

doiarasantos@yahoo.com.br

Doiara Silva dos Santos

Universidade Federal do Espírito Santo

Faculdade de Educação Física

Avenida Fernando Ferrari, 514 Campus de Goiabeiras,

CEP.: 29.075-910 Vitória - Espírito Santo - Brasil