

Comentário: a opinião dos ex-atletas no jornalismo esportivo¹

Felipe Priante²

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Luciano Victor Barros Maluly³

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo: A cada dia que passa, o ex-atleta ganha mais espaço como comentarista esportivo dentro da mídia brasileira. Este artigo explora os principais pontos desta função opinativa exercida pelos ex-atletas, tomando como base não apenas conceitos teóricos do jornalismo, mas também questões um pouco mais práticas, focadas na observação e análise da função de comentarista com pesquisadores e jornalistas que têm o comentário esportivo como um dos temas de seu trabalho. Para isso, primeiro buscamos uma bibliografia adequada para iniciar o estudo de três pontos considerados fundamentais na abordagem do comentário no jornalismo esportivo: a opinião, a linha editorial e o ambiente virtual. A partir desta seleção de temas e do resgate de obras relevantes sobre os assuntos, com olhares mais teóricos sobre eles, partimos então para uma análise dos tópicos fundamentada em entrevistas com pesquisadores e jornalistas diretamente ligados aos assuntos abordados. Colaboraram com o artigo os pesquisadores Francisco de Assis e José Carlos Marques e os jornalistas Celso Dario Unzelte e Paulo Ricardo Calçade.

Palavras-chave: Comentário Esportivo, Ex-atletas, Jornalismo Esportivo, Jornalismo Opinativo.

Introdução

A análise da participação da figura do ex-atleta como comentarista esportivo está fundamentada em um ponto essencial que é o comentário propriamente dito. Segundo afirma Michel Foucault (1996), o comentário é um ritual de discurso que se narra conforme circunstâncias determinadas, que por um lado permite construir (indefinidamente) novos discursos, mas por outro lado não tem outro papel senão o de dizer enfim aquilo que estava articulado silenciosamente. Para ele, o comentário é paradoxal, capaz de: “... dizer pela primeira vez aquilo que, entretanto, já havia sido dito e repetir incansavelmente aquilo que, no entanto, não havia jamais sido dito” (FOUCAULT, 1996, p.25).

Ele pontua também que o comentário talvez não vá além do que tem em sua proposição inicial, mas ao mesmo tempo lhe permite dizer algo além do texto. Além

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 5 a 9 de setembro de 2024.

² Mestrando em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM/ECA/USP). e-mail: priante@gmail.com

³ Doutor em Ciências da Comunicação e professor de jornalismo, ambos na ECA-USP, e-mail: lumaluly@usp.br

disso, o comentário estaria intrinsecamente ligado ao seu autor, funcionando quase que como um discurso de identidade, uma vez que está diretamente atrelado às ideias de quem o profere.

No jornalismo, o comentário está situado dentro do gênero opinativo, independente da perspectiva utilizada para a divisão de seus gêneros. José Marques de Melo (1985) parte de uma concepção funcionalista, relacionada ao formato e à intencionalidade. Sua proposta de classificação primeiro agrupa os gêneros em categorias que correspondem à intencionalidade dos relatos, através do que se configuram, e então busca identificar os gêneros a partir da natureza estrutural. “O jornalismo articula-se portanto em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que se passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que se passa)” (MARQUES DE MELO, 1985, p.47).

Porém, há um outro tipo de agrupamento proposto por Manuel Carlos Chaparro (1998). Para ele, a leitura sistemática de textos narrativos e argumentativos indica que o jornalismo não se divide em opinião e informação. “É preciso, portanto, pensar a questão dos gêneros jornalísticos por outra perspectiva” (CHAPARRO, 1998, p.94). O autor afirma que o paradigma opinião/informação desenvolveu valores que iludem os leitores levando-os a acreditar que há artigo com uma informação purificada, livre de pontos de vista, produzida pela devoção à objetividade.

Ele defende uma divisão que leva em conta a forma e não o conteúdo, separado em classes e tipos, como por exemplo: artigo, notícia, reportagem, entrevista, crônica, etc. “Trata-se de um falso paradigma, porque o jornalismo não se divide, mas constrói-se com informações e opiniões” (CHAPARRO, p.100). Em sua ótica, apuração e depuração são indispensáveis ao bom relato, uma vez que “intervenções valorativas” são fundamentais. “Não existe, pois, espaços exclusivos ou excludentes para a opinião e a informação” (CHAPARRO, p.101).

Este artigo foi construído com base no resgate das obras desses e de outros autores e de sua discussão por meio de entrevistas com pesquisadores e jornalistas que têm o comentário esportivo como um dos temas de seu trabalho.

Os pesquisadores selecionados foram: Francisco de Assis, doutor e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, cujo trabalho acadêmico tem como um dos focos a teoria e gêneros jornalísticos; Paulo Ricardo Calçade, jornalista formado pela Fundação Cásper Líbero, com pós-graduação em Treinamento pela Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo,

onde foi professor-convidado da disciplina Jornalismo Esportivo, e comentarista esportivo na ESPN Brasil do Grupo Disney, José Carlos Marques, professor associado da Universidade Estadual Paulista (Unesp/Bauru), livre-docente em Comunicação e Esporte pela Unesp, doutor em Ciências da Comunicação - Jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e um dos principais nomes do país relacionado a estudos em comunicação sobre esporte e futebol; Celso Dario Unzelte, jornalista formado pelas Faculdades Integradas Alcântara Machado, mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, professor pela mesma faculdade e comentarista esportivo também na ESPN Brasil.

Esta abordagem se fundamenta na análise de três tópicos que envolvem a inserção do ex-atleta como comentarista esportivo: a opinião, a linha editorial e o ambiente virtual. Com isso, será possível determinar a importância desse profissional para a cobertura especializada em esportes no Brasil.

1. A opinião

Um dos principais pesquisadores do país sobre gêneros jornalísticos é José Marques de Melo apresenta uma proposta de classificação na obra *A opinião no jornalismo brasileiro* (1985). Para isso, o autor primeiro esmiúça o jornalismo como processo social e levanta um histórico analítico. Ele afirma que, historicamente, predominam duas categorias no jornalismo, o informativo e o opinativo, que: "...convivem com categorias novas que correspondem às mutações experimentadas pelos processos jornalísticos" (MARQUES DE MELO, 1985, p.17).

Em seu levantamento de classificações de gêneros na Europa, América do Norte e América Latina, Marques de Melo aponta diversos critérios de divisão de diferentes naturezas, sejam temáticas ou estilísticas e, em todas elas, o gênero opinativo está presente. Tomaremos como base essa linha para avaliar as nuances da opinião no que é produzido pelo jornalismo esportivo.

Antes de propor sua classificação, o autor também pontua o histórico dos gêneros jornalísticos no Brasil com destaque para Luiz Beltrão (apud MARQUES DE MELO, 1985), que dividiu o jornalismo em categorias principais: informativo, interpretativo e opinativo (segundo as funções que desempenham junto ao público: informar, explicar e orientar).

Independente das divisões que podem ser feitas em relação aos gêneros jornalísticos, fica claro que as fronteiras, na maior parte das vezes, são permeáveis, uma vez que um texto propriamente informativo pode ter nuances opinativas e o mesmo vale no sentido inverso, com texto claramente opinativo podendo trazer informações novas. Apesar deste panorama interseccional dos campos, trabalharemos com uma divisão mais estratégica entre informação e opinião, para focarmos na segunda e, assim, analisarmos a figura do ex-atleta como comentarista no jornalismo esportivo.

Analisando o comentário e o papel da opinião do ex-atleta no jornalismo esportivo, Francisco de Assis (2023)⁴ afirma que “o jornalismo esportivo é, por natureza, essência e história, um jornalismo com um aspecto opinativo muito evidente, quase não há a produção de jornalismo esportivo que não venha acompanhada de opinião”. Com base em uma perspectiva bourdieusiana, ele também destaca que “o ex-atleta é um agente com capital definido pela sua trajetória e que migra de espaço levando esse capital, que é seu conhecimento e saber adquiridos na sua trajetória” (ASSIS, 2023).

A transferência de saberes do ex-atleta do campo esportivo para o campo da comunicação passa então a ser seu grande trunfo. Conforme observa Assis, “ele não está fazendo apenas uma leitura externa, mas uma leitura a partir de algo que ele experimentou, algo que conhece muito bem. Existe aí uma construção de um capital que não é da noite para o dia” (ASSIS, 2023). É justamente este conhecimento que coloca o ex-atleta como figura de destaque na imprensa esportiva, que faz com que o público queira ouvir o que ele tem para dizer, quais suas opiniões e considerações.

Traduzir o conhecimento e a experiência adquirida no decorrer da carreira de atleta em opinião dentro do jornalismo esportivo é também algo mais fácil do que navegar por outras áreas do jornalismo, conforme observa Celso Dario Unzelte⁵: “É o caminho mais óbvio para o ex-atleta, que em geral não tem muita preocupação com pauta, apuração e fontes. O caminho mais imediato para o ex-atleta é o da opinião” (UNZELTE, 2023).

José Carlos Marques⁶ conta que o comentário de ex-atletas no jornalismo esportivo não é algo novo na imprensa brasileira, lembrando que Leônidas da Silva, um dos grandes nomes do futebol brasileiro nas décadas de 1930 e 1940, se tornou comentarista quanto terminou as atividades de jogador profissional. Ele também

⁴ ASSIS, Francisco de. [Entrevista concedida a] Felipe Priante, 2 dez. 2023.

⁵ UNZELTE, Celso Dario. [Entrevista concedida a] Felipe Priante, 6 dez. 2023.

⁶ MARQUES, José Carlos. [Entrevista concedida a] Felipe Priante, 1 dez. 2023.

acrescenta que a experiência vivenciada no esporte não é a única motivação que credencia o ex-atleta a opinar na mídia: “Querem apostar no carisma e no nome, no fato de que aquelas pessoas já estiveram dentro do espetáculo e que, por isso, em tese, elas têm mais condições de fazer os comentários porque vivenciaram as experiências nas suas vidas” (MARQUES, 2023).

O conhecimento empírico do ex-atleta e toda a bagagem que ele carrega consigo, mostram-se fatores fundamentais para sua inserção na mídia como comentarista esportivo, uma vez que esses pontos acabam sendo o principal foco de suas abordagens no momento da opinião. É justamente isso que o diferencia de um jornalista ou qualquer outra pessoa que esteja na posição de opinar sobre esporte, são suas experiências passadas que o tornam atrativo para o público em geral.

Porém, como salienta Paulo Ricardo Calçade⁷ ao analisar o comentário esportivo dentro do futebol, não basta ao ex-atleta apenas se debruçar sobre a experiência anterior, uma vez que o esporte está sempre evoluindo e mudando. “Costumo dizer que o futebol é um trem-bala andando em altíssima velocidade. Quando o jogador encerra a carreira, ele desce em uma estação e o trem continua indo embora” (CALÇADE, 2023). Ele exalta a questão da experiência, mas afirma ser importante estar sempre atualizado com o que acontece, uma vez que o conhecimento fica defasado com o tempo, não apenas no esporte, mas em qualquer outra área.

Apesar das constantes mudanças na sociedade, cada vez mais volátil ultimamente, o papel da opinião do comentarista esportivo, seja ele jornalista ou ex-atleta, é o de intermediar saberes especializados e interpretá-los para o público geral da melhor forma possível. A cada dia a opinião ganha maior importância e destaque, trazendo consigo uma grande responsabilidade em relação ao tipo de conteúdo que vem agregado ao comentário.

2. A linha editorial

Outro aspecto essencial ao analisarmos o comentário no jornalismo é a linha editorial, principalmente quando atrelamos o indivíduo que opina a um veículo. “A seleção da informação a ser divulgada através dos veículos jornalísticos é o principal instrumento de que dispõe a instituição (empresa) para expressar a sua opinião. É através da seleção que se aplica na prática a linha editorial” (MARQUES DE MELO, 1985, p.59).

⁷ CALÇADE, Paulo Ricardo. [Entrevista concedida a] Felipe Priante, 6 dez. 2023.

De fato, as formas de expressão com assinatura individual, o comentário, o artigo e mesmo caricatura e resenha, são possibilidades que foram sendo abertas ao longo da história do jornalismo para que os veículos se tornassem mais plurais e polifônicos, bastante diferente do que era a imprensa em seu início, em que o jornal era o jornal de uma voz só, era o jornal de expressão do seu dono ou no máximo de seu grupo fundador (ASSIS, 2023).

No jornalismo, o produto final vem, de certa forma, de uma negociação implícita entre as duas partes participantes da confecção de seu produto final, no caso os jornalistas e as empresa, como reforçam os pesquisadores Flávia Biroli e Luis Felipe Miguel (2015) e Patrícia Paixão (2018), além de Marques de Melo (1985) que destaca alguns recursos utilizados pelos veículos de comunicação para controlar a seleção da informação:

1) estrutura do veículo - hierarquia de cima para baixo; 2) intervenções sutis - pacto informal que atende duas finalidades: abrir brechas para determinadas informações que correspondem a expectativas de segmentos minoritários e reforçam o interesse mercadológico da empresa; ação colegiada que resulta do "espírito de corpo" bem presente na categoria; 3) pauta - uma pré-seleção das informações a serem publicadas, uma peneira informativa e ideológica; 4) fontes - importantes na orientação dos fatos noticiados e comentados.

O comentário no jornalismo, segundo Marques de Melo (1985), surgiu como tentativa de quebrar o monopólio opinativo editorial. Enquanto o editorial emite opiniões sobre os fatos de maior importância, o comentário cumpre fatos significativos, mas de menor abrangência, com independência à linha editorial. “A vigência do comentário é uma função da projeção do comentarista. Criado vínculos com os receptores, o comentarista torna-se um ponto de referência permanente”, (MARQUES DE MELO, 1985, p.86).

É importante salientar que há uma questão sobre as terminologias utilizadas neste assunto, com alguns autores preferindo usar "linha editorial" e "política editorial" são utilizadas de formas diversas, quando analisamos a bibliografia de diferentes autores, conforme salienta Paixão (2018). Alguns optam pela primeira ou pela segunda, sem fazer distinção entre as duas nomenclaturas. A pesquisadora elenca diferentes formas de análise quanto ao termo a ser usado, começando pelo jornalista e pesquisador Luiz Beltrão (2006), um dos pioneiros nos estudos sobre o jornalismo brasileiro, que utiliza a terminologia política editorial e a define como sendo o posicionamento ideológico do jornal, que interfere não só na escolha do que é ou não transformado em notícia. José Marques de Melo também é citado como usuário do termo linha editorial, apresentando-a como sendo a aplicação, na prática, da seleção que os veículos fazem do

que será divulgado. O sociólogo francês Érik Neveu (2005) é outro que usa a nomenclatura linha editorial, de acordo com a autora. Para ele, a linha editorial é definida pelo diretor de redação, com influência do grupo de acionistas do jornal, do seu diretor geral ou de uma sociedade de redatores, e pode ser traduzida tanto num posicionamento político no sentido amplo, na escolha do tipo de informação e do tratamento do fato que a publicação privilegiará. “A competência de todo jornalista manifesta-se e constrói-se no seio das limitações impostas por uma estrutura de interdependências com a hierarquia” (NEVEU, 2005, p.55).

Quando falamos do comentário no jornalismo esportivo, esta disputa de forças também ocorre, porém de maneira muito mais tranquila do que em outras áreas. “O esporte é um campo mais ameno do que a política e a economia, onde você tem uma certa orientação bastante diferente entre quem produz a notícia e quem são os donos dos meios de produção”, explica Celso Unzelte (2023), destacando a maior flexibilidade para esse tipo de coisa. Ele não vê, no jornalismo esportivo, uma interferência superior para falar bem ou mal de algum time ou para produzir comentário favorável ou desfavorável em relação a isso.

Apesar de sua independência maior em relação a outras áreas do jornalismo, por abordar na maior parte das vezes assuntos que apenas margeiam questões de poder político ou econômico, o jornalismo esportivo também está sujeito aos acordos tácitos entre empresa e empregados.

“Talvez não haja uma influência direta e explícita sobre os comentários, mas quando a pessoa que é comentarista tece algum tipo de comentário ou tece uma opinião que seja contrária ao projeto editorial de sua empresa, é capaz de que perca espaço”, afirma José Carlos Marques (2023). Para ele, tirando questões técnicas jornalísticas, como termos que podem ser usados e aqueles que não podem por questões editoriais, não há tabus ou assuntos que não podem ser abordados no comentário esportivo: “A pessoa que é comentarista sabe até onde pode ir. Quando ela avança um pouco nessa fronteira é que vem o conflito e a empresa se manifesta de uma maneira mais efetiva”.

Questões comerciais também são importantes na linha editorial de cada empresa, conforme destaca Paulo Calçade (2023), uma vez que muitas vezes o assunto a ser comentado é também um produto, uma atração daquele veículo de comunicação, principalmente quando se trata de canais esportivos, sejam os tradicionais na TV ou aqueles que são veiculados apenas virtualmente.

A transmissão esportiva é uma questão comercial que gera milhões, mas é importante saber separar. Eventualmente os

problemas fazem parte do jogo, tudo isso interfere ali, não posso ignorar, preciso trazer para o contexto e abordar jornalisticamente, mas também não posso só ficar falando disso, não posso privar o espectador do jogo, tem momentos para tudo. O problema é quando o negócio interfere nessa cadeia de informação e opinião (CALÇADE, 2023).

A influência das linhas editoriais nos comentários é, para Francisco de Assis (2023), algo definido muitas vezes a priori, uma vez que os próprios veículos são os que escolhem para quem vai ser dado o espaço para opinar. “Sabemos que há casos em que o comentarista é a pessoa que representa a ideia que a empresa quer fazer passar, isso tratando dos veículos tradicionais” (ASSIS, 2023). Ele ainda observa que nos veículos alternativos há experiências mais diversificadas, mas que mesmo assim é necessário que os valores não batam de frente com aqueles adotados pelo grupo ou arranjo jornalístico que dá seu espaço ao comentarista.

É evidente que isso perpassa por uma lógica editorial e aí vai depender muito da postura da empresa, da instituição jornalística, de quem administra e gere o poder de decidir o que entra e o que não entra em seu conteúdo editorial. Embora tenha aí uma série de camadas e etapas, com várias pessoas envolvidas no processo, desde o dono da empresa até o seu editor-chefe, tem uma série de camadas, mas elas estão alinhadas, se a gente pensa na mídia tradicional, dificilmente o editor está desconectado dos princípios da empresa. É óbvio que há uma interferência editorial, mas o nível dessa interferência vai variar de caso para caso. Há veículos que de fato são comprometidos com a pluralidade, querem ser espaço para o contraditório, que é a essência da atividade jornalística, então não querem só comentários favoráveis ou desfavoráveis, reforçando uma ideia, mas realmente impor uma diversidade de posições. Muito embora, se pegarmos os exemplos mais clássicos que seriam os veículos tradicionais, como jornais de grande circulação, as grandes emissoras de TV e mesmo as de TV por assinatura, a gente vai ver que essa pluralidade até existe, mas é pequena, não vamos ver uma diversidade extrema de opiniões e sim uma ou outra posição antagônica, muito reforçando essa ideia de que a diversidade no jornalismo se faz com polaridade, que é um equívoco (ASSIS, 2023).

Sendo assim, a linha editorial tem influência grande direta na opinião e no comentário no jornalismo, uma vez que os valores defendidos pela empresa não podem ser totalmente divergentes do posicionamento do profissional que recebe espaço naquele veículo e por isso é um aspecto fundamental a ser observado. Claro que com as mídias sociais, há uma margem maior de manobra no assunto, porém não podemos esquecer que as redes sociais são plataformas com termos de uso, que não deixam de ser uma linha editorial que não aceita, ou não deveria aceitar, qualquer tipo de conteúdo.

3. O ambiente virtual

Com o fortalecimento da internet e o surgimento de mídias digitais, Assis (2020) defende que tudo isso implicou em revisões das formas de expressão jornalística, ramificações do jornalismo em especialidades cada vez mais recortadas e até mesmo a percepção de uma ausência de panoramas mais claros e completos a respeito dos fundamentos que sustentam as classificações. Não apenas os gêneros jornalísticos ficaram menos rígidos entre si, mas também a questão da opinião, uma vez que agora qualquer um pode se expressar para um grande público. “As redes sociais perpassam as produções jornalísticas de uma maneira bastante expressiva, tanto do ponto de vista de estar em circulação nesses espaços, de estar em discussão nos trending topics, quanto do ponto de vista de agradar a audiência que circula nesses espaços” (ASSIS, 2023).

Para Pierre Lévy (1996), o ambiente virtual traz consigo um modo particular de promover transformações. Para ele, a virtualização não é boa, nem má, nem neutra, mas sim um processo de transformação de um modo de ser num outro, que abre novas perspectivas de espaço e tempo. “Os limites não são mais dados. Os lugares e tempos se misturam. As fronteiras nítidas dão lugar a uma fractalização das repartições” (LEVY, 1996, p.12).

Neste contexto, o papel da opinião no jornalismo ganha ainda maior importância e destaque, trazendo também uma grande responsabilidade, principalmente em relação a outro tópico crucial para o jornalismo nos tempos atuais que é a dicotomia entre objetividade e subjetividade, algo que recentemente tem recebido bastante atenção da sociedade.

O comentarista ganha uma relevância extra, que não é apenas a de opinar sobre os assuntos, mas também de contextualizar e elencar quais deles o público deve prestar atenção. “Acho que o mundo nunca precisou de bons editores como agora, de pessoas que te digam o que é fundamental, que se ofereçam opções de melhor aproveitamento do seu tempo”, destaca Celso Unzelte (2023), que também observa a questão do imediatismo na resposta do público e seus comentários online, um fator que acabou interferindo no que se fala. “Hoje você está fazendo o comentário e está recebendo outros comentários sobre aquilo na hora, se você erra o cara fala: ‘você errou’. Isso não existia antigamente” (UNZELTE, 2023).

Na mesma linha, Francisco de Assis reforça o papel de mão dupla que as redes sociais trouxeram para os comentaristas esportivos. “Há dentro dessa cultura digital ou de plataforma uma certa vigilância de tudo o que é feito e dito. No rastro disso há um certo policiamento” (ASSIS, 2023). Ele também nota que muitas vezes o comentarista

busca um ponto de equilíbrio em sua fala para não ir de encontro com ideias e pensamentos que circulam nas redes sociais. “Fato é que do ponto de vista das relações sociais, as redes hoje são um aspecto que configura essa vigilância a qual muitos campos estão submetidos, como é o caso do jornalismo” (ASSIS, 2023).

Esta interatividade direta com o público também é observada por Paulo Calçade (2023), que vê muita gente pautada pelas redes sociais no jornalismo esportivo atual, embora reconheça que há o lado positivo de acompanhar as novidades. “Claro que quando alguma coisa é muito grande fora, você tem que olhar para o que está acontecendo. Pode ser algo vindo de um tremendo desconhecimento da realidade e isso é uma boa oportunidade para mostrar como as coisas funcionam” (CALÇADE, 2023). Ele acredita que o bom jornalismo tem como meta buscar um equilíbrio e não apenas focar no que dá audiência, no que gera comentários e likes nas redes sociais, principalmente tendo em vista a capacidade nociva que podemos observar ultimamente destas plataformas digitais. “Na rede social você tem aqueles que lidam com o futebol sem a menor empatia, sem o menor respeito. Essa linguagem da rede social às vezes vem para dentro, porque dá dinheiro. Isso é muito perigoso” (CALÇADE, 2023).

José Carlos Marques (2023) é mais um que ressalta a ambiguidade da relação do jornalismo com as redes sociais e afirma ser impossível desconsiderar a relevância delas no trabalho do comentarista esportivo na atualidade. “Muitas empresas inclusive reformatam seus conteúdos para atingir o público jovem, que é aquele que está mais presente e usa de forma mais intensa as redes sociais”, afirma o pesquisador, que vê nessa atitude um lado positivo e outro negativo:

O lado bom é que existe um fluxo de opinião que transita mais livremente, não há mais aquele fluxo unidirecional que uma empresa se comunica com o público de massa. A resposta consegue vir de maneira mais efetiva. Por outro lado, é difícil filtrar e depurar o que acontece nas redes, os discursos de ódio e aqueles que não avaliam de maneira mais equânime. Isso pode ser fatal para a reputação das pessoas (MARQUES, 2023).

Além disso, José Marques de Melo também afirma que com as redes sociais, a figura do comentarista já não tem mais o mesmo patamar de outrora, quando os comentaristas tinham uma figura de uma pessoa que estava acima do público. “A figura do comentarista não tem mais o estatuto que já teve. O comentarista hoje é mais um agente da mediação em um evento esportivo, mas não tem mais aquele estatuto que já chegou a ter”, (MARQUES, 2023).

A questão do ambiente virtual e das redes sociais são cada vez mais importantes para a comunicação, não apenas para o jornalismo. A propagação da opinião deixou de

ser exclusividade daqueles que são considerados pilares de conhecimento, ou de pessoa que detém algum destaque social por algum feito relevante ou algo similar. Hoje em dia, qualquer um pode comentar qualquer assunto pela internet e fazer sua opinião alcançar centenas, milhares e até milhões de pessoas, o que bagunçou um pouco a questão de forças na comunicação social.

Os comentaristas esportivos precisam ficar atentos a esse fator dicotômico das redes sociais, tanto para saber lidar com as respostas geradas por seu posicionamento opinativo, quanto para filtrar os assuntos abordados no ambiente virtual e que merecem atenção maior. Conforme destacou Unzelte (2023), é importante mais do que nunca esta função editorial, de trazer ao público o que é de fato relevante e de deixar de lado o que não merece atenção.

Considerações finais

Conforme apresentado neste artigo, uma das funções do comentarista esportivo, seja ele jornalista ou ex-atleta, é tentar apresentar a seu público uma explicação sobre o assunto do qual se fala, a fim de proporcionar uma explicação, interpretando e mostrando suas perspectivas com o propósito de ajudar na melhor compreensão dos fatos. Um dos maiores especialistas em jornalismo nos EUA na década de 1950 e 1960, Frank Fraser Bond (1962) já destacava naquela época a importância desta faceta jornalística. “A necessidade de interpretar e explicar as notícias é manifesta. A vida se tornou tão complicada e variada, nas múltiplas atividades, que mesmo os especialistas se desorientam e seus próprios campos de conhecimento” (BOND apud ERBOLATO, 2020, p.93).

Ao focarmos mais na opinião do ex-atleta, precisamos destacar sua figura como alguém de notório saber, conforme afirma Francisco de Assis (2023), de alguém que muitas vezes teve uma carreira exitosa e não só conhece bem como o seu campo de atuação original funciona, mas também teve, muitas vezes, uma expressão bastante significativa ali. Além disso, podem acrescentar elementos que ultrapassem o senso comum. “Muitas vezes esses comentaristas têm a condição de fazer essa contextualização, esse background, trazer dados que tornem a apreciação mais clara e até mesmo mais complexificada para a audiência” (ASSIS, 2023).

Na mesma linha, Celso Unzelte acredita que o caminho para o ex-atleta seja acrescentar é trazer algo diferenciado, algum enfoque distinto daquele do dia a dia, tentar passar seus diferenciais e não repetir o mesmo modelo de comentário dos

jornalistas que não foram atletas. “Acho que é algo infelizmente pouco explorado pelos ex-atletas, eles deveriam investir mais nisso, é isso que acrescenta” (UNZELTE, 2023). Outro ponto relevante a ser destacado quando observamos a questão da opinião é seu embasamento, algo que Paulo Calçade (2023) destaca ao defender que emitir opinião é muito mais do que falar o que acha e de algo ou qual seu gosto pessoal. “Como a opinião é constituída? Acho que esse é um ponto dramático. A opinião do comentarista precisa saber explicar por que, senão é só uma opinião qualquer. Para construir a opinião precisa ter embasamento” (CALÇADE, 2023).

José Carlos Marques (2023) também pontua a importância do embasamento que precisa ter o comentarista esportivo na hora de opinar e critica o ex-atleta que apenas se usa apenas de sua figura, mas sem pensar na qualidade do conteúdo que transmite para o público. “Há comentaristas que não estão preparados para fazer a função, comentaristas que acham que o fato de ter algum tipo de contato com o esporte o capacitam para ter o poder para ter opinião durante uma transmissão esportiva” (MARQUES, 2023).

O conhecimento prévio da modalidade sobre a qual vai opinar é justamente o diferencial que leva os ex-atletas para a mídia e que deveria ser seu foco nos comentários, uma vez que só alguém que esteve tão diretamente ligado ao esporte consegue contribuir com este tipo de abordagem. A sensação da competição em alto nível, os gestos técnicos, a mentalidade de quem está dentro de jogo ou da prova em questão, tudo isso apenas o ex-atleta consegue expressar para o público e por isso se mostra como o enfoque deveria lhe ser mais caro.

REFERÊNCIAS

ASSIS, Francisco de. 2000: os gêneros retornam à agenda acadêmica. IN: MELO, J. M. DE; ASSIS, F. DE (Orgs.). **Gêneros jornalísticos: estudos fundamentais**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; [São Paulo]. Edições Loyola, 2020. p. 251-254.

ASSIS, Francisco de. Gêneros jornalísticos no tempo e no espaço. IN: MELO, J. M. DE; ASSIS, F. DE (Orgs.). **Gêneros jornalísticos: estudos fundamentais**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; [São Paulo]. Edições Loyola, 2020. p. 291-309.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1959.

BELTRÃO, Luiz. Opinião, função vertical do jornalismo. IN: MELO, J. M. DE; ASSIS, F. DE (Orgs.). **Gêneros jornalísticos: estudos fundamentais**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; [São Paulo]. Edições Loyola, 2020. p. 41-61

BELTRÃO, Luiz. **Teoria e prática do jornalismo**. Adamantina (SP). FAI, 2006.

BIROLI, Flávia.; MIGUEL, Luis Felipe. Orgulho e preconceito: a "objetividade" como mediadora entre o jornalismo e seu público. **Opinião Pública**, [S. l.], v. 18, n. 1, p. 22–43, 2015. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/op/article/view/8641396>. Acesso em: 20 jan. 2024.

BOND, Fraser F. **Introdução ao jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1962.

BOURDIEU, Pierre. The Political Field, Social Science Field and the Journalistic Field. In: BENSON, R. e NEVEU, E. (Orgs.). **Bourdieu and the Journalistic Field**. Cambridge: Polity Press, 2005, p. 29-47. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7700978/mod_resource/content/1/BOURDIEU%20The%20political%20field.pdf. Acesso em: 1 ago. 2023

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar**. Santarém (Portugal): Edições Jortejo, 1998.

ERBOLATO, Mário L. As categorias do jornalismo. IN: MELO, J. M. DE; ASSIS, F. DE (Orgs.). **Gêneros jornalísticos: estudos fundamentais**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; [São Paulo]. Edições Loyola, 2020. p. 93-110.

FOUCAULT, Michel **A Ordem do Discurso**. Aula Inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 3ª edição. São Paulo (SP): Edições Loyola, 1996.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Disponível em: https://www.portalentretextos.com.br/files/online_books/foucault_michel_microfisica_do_poder.pdf. Acesso em: 8 ago. 2023.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?**. São Paulo: Editora 34, 1996. Disponível em: http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/02_arq_interface/6a_aula/o_que_e_o_virtual_-_levy.pdf. Acesso em: 18 jan. 2024.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. Porto (Portugal): Porto Editora, 2005.

PAIXÃO, Patrícia. Linha editorial no jornalismo brasileiro: conceito, gênese e contradições entre a teoria e a prática. **Revista Alterjor**, [S. l.], v. 17, n. 1, p. 90-108, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/137224>. Acesso em: 8 ago. 2023.

Entrevistas:

ASSIS, Francisco de. [Entrevista concedida a] Felipe Priante, 2 dez. 2023.

CALÇADE, Paulo Ricardo. [Entrevista concedida a] Felipe Priante, 6 dez. 2023.

MARQUES, José Carlos. [Entrevista concedida a] Felipe Priante, 1 dez. 2023.



UNZELTE, Celso Dario. [Entrevista concedida a] Felipe Priante, 6 dez. 2023.