

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN  
CURSO DE JORNALISMO

BÁRBARA DE MACEDO TEIXEIRA

**UMA ÚLTIMA DANÇA:**  
A ATUALIZAÇÃO DA FIGURA DE MICHAEL JORDAN ATRAVÉS DA SÉRIE THE  
LAST DANCE

Orientador Prof. Dr. André Pase

Porto Alegre  
2021

BÁRBARA DE MACEDO TEIXEIRA

**UMA ÚLTIMA DANÇA:**  
A ATUALIZAÇÃO DA FIGURA DE MICHAEL JORDAN ATRAVÉS DA SÉRIE THE  
LAST DANCE

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial para  
obtenção do primeiro grau de Bacharel em  
Jornalismo pela Escola de Comunicação  
Artes e Design - Famecos da Pontifícia  
Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. André Pase

Porto Alegre  
2021

BÁRBARA DE MACEDO TEIXEIRA

**UMA ÚLTIMA DANÇA:**  
A ATUALIZAÇÃO DA FIGURA DE MICHAEL JORDAN ATRAVÉS DA SÉRIE THE  
LAST DANCE

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial para  
obtenção do primeiro grau de Bacharel em  
Jornalismo pela Escola de Comunicação  
Artes e Design - Famecos da Pontifícia  
Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. André Pase

Aprovada em: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dr. André Pase – PUCRS (Orientador)

---

Membro da banca examinadora

---

Membro da banca examinadora

Porto Alegre

2021

Dedico esta monografia aos meus pais,  
Zeni e Marcelo, que sempre incentivaram  
o meu crescimento pessoal e profissional.  
Obrigado por sempre acreditarem em mim.  
Eu amo vocês.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente, aos meus pais, Zeni e Marcelo, que sempre me apoiaram e me motivaram para ir em busca dos meus objetivos. Obrigada pela força que vocês me deram neste período e ao longo de toda a minha graduação, sem vocês nada disso seria possível. Vocês são tudo para mim!

Aos meus irmãos, meus sobrinhos, e família em geral, por sempre me incentivarem a ser uma pessoa melhor, obrigada por tudo!

Aos meus amigos, Gustavo Lanzarin, Isabelle Schmidt, Ingrid Gonçalves e Stefania Scopel, que mesmo de longe, estiveram perto, me mandando mensagens e palavras de suporte e apoio durante a produção deste TCC. Aos meus *roomates*, Lucas Signori, William Alceu e Fábio de Cesare, por aguentarem minhas crises de choro e me ampararem neste momento difícil, se tornando também minha segunda família.

As minhas irmãs de vida, Isis, Cindy e Larissa que atravessaram este momento ao meu lado, não apenas como colegas de faculdade, mas como parceiras para o resto da minha vida. Vocês foram essenciais nesta etapa!

Aos meus colegas de faculdade, vocês foram muito importantes para a minha graduação e para eu poder me tornar quem eu sou. Aos meus colegas de trabalho e chefes, em especial à Mariana Capra, por ser uma das melhores pessoas que entrou na minha vida no último ano e foi extremamente compreensível e me apoiou ao longo de toda esta fase.

A todos meus professores da Famecos, vocês foram fundamentais para a minha formação ao longo destes quatro anos. Em especial, ao Tércio e ao Gamba e ao meu orientador, André Pase, por me ajudar a tornar este trabalho possível e me auxiliar para além dele. O melhor de todos! Muito Obrigada!

Para finalizar gostaria de ressaltar a importância do Programa Universidade Para Todos (PROUNI), sem ele, eu provavelmente não receberia um diploma e nem chegaria até uma das melhores universidades privadas do Brasil. As políticas públicas são de extrema relevância à medida que as pessoas passam a ter acesso à educação.

## RESUMO

Este estudo busca responder de que maneira uma série documental colabora para atualizar a imagem do atleta Michael Jordan para as novas gerações, através da análise da obra *The Last Dance*, uma parceria entre o canal esportivo ESPN e a plataforma de streaming Netflix. A série foi escolhida pois é fundamental para compreensão da concepção da imagem do atleta, bem como a sua trajetória na NBA, tendo impacto direto na população que possivelmente não viu a sua atuação em quadra. As principais temáticas abordadas são: jornalismo esportivo e documentários a partir de Rangel (2006), Coelho (2007), Galeano (2006), Teixeira (2008) e Maia (2005), e a construção de imagem de um atleta de esporte coletivo e a atualização da mesma perante a mídia, por meio de Halberstam (2013), Delgado (2018), Kotler (2000) e Sacristán (2021). A pesquisa bibliográfica é utilizada para a contextualização teórica, e o método de estudo de caso, para a análise da série documental. Este trabalho, portanto, mostrou que a série *The Last Dance* cumpriu a sua função e contribuiu para atualizar a imagem de Michael Jordan, reforçando suas marcas e feitos em um contexto diferente daquele vivenciado por ele, com outros jogadores e recordes superados. Ademais, também é responsável por abrir caminho para novas perspectivas acerca da produção de conteúdo no âmbito do jornalismo esportivo. Por meio dos documentários esportivos nas plataformas de streaming, histórias podem ser contadas através de novos ângulos e diferentes perspectivas.

**Palavras-chave:** Jornalismo Esportivo. Basquete. NBA. Michael Jordan. The Last Dance.

## ABSTRACT

This study seeks to answer how a documentary series collaborates to update the image of the athlete Michael Jordan for new generations, through the analysis of the work *The Last Dance*, a partnership between the sports channel ESPN and the streaming platform Netflix. The series was chosen because it is fundamental for understanding the concept of the athlete's image, as well as his trajectory in the NBA, having a direct impact on the population that possibly did not see his performance on the court. The main themes addressed are: sports journalism and documentaries from Rangel (2006), Coelho (2007), Galeano (2006), Teixeira (2008) and Maia (2005), and the construction of the image of a team sport athlete and updating it in the media, through Halberstam (2013), Delgado (2018), Kotler (2000) and Sacristán (2021). The bibliographical research is used for theoretical contextualization, and the case study method, for the analysis of the document series. This work, therefore, showed that *The Last Dance* series fulfilled its function and contributed to update the image of Michael Jordan, reinforcing his marks and achievements in a different context from that experienced by him, with other players and surpassed records. Furthermore, it is also responsible for opening the way for new perspectives on the production of content in the field of sports journalism. Through sports documentaries on streaming platforms, stories can be told through new angles and different perspectives.

**Key-words:** Sports Journalism. Basketball. NBA. Michael Jordan. *The Last Dance*.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capa da Sports Illustrated sobre a fusão das ligas em outubro de 1976	22
Figura 2 - Tabela com ranking das ligas com maiores receitas com matchday em 2019 .....	25
Figura 3 - Protestos antirracistas na NBA, temporada 2019-2020 .....	31
Figura 4 - Michael Jordan abraçado ao primeiro troféu da NBA de sua carreira .....	37
Figura 5 - Fax emitido por Michael Jordan em seu retorno à NBA.....	39
Figura 6 - Equipe do Chicago Bulls em 1995-1996.....	44
Figura 7 - Air Jordan 1 .....	47
Figura 8 - Capa da revista Sports Illustrated: "A Star is Born".....	54



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>2 JORNALISMO ESPORTIVO</b> .....	14
2.1 CONCEITOS BÁSICOS .....	14
2.2 ALÉM DO FUTEBOL .....	17
2.3 DOCUMENTÁRIOS ESPORTIVOS .....	19
2.4 ESPN E DOCUMENTÁRIOS.....	25
<b>3. BASQUETE</b> .....	30
3.1 O BRASIL NAS QUADRAS .....	31
3.2 NBA.....	33
3.3 UMA LIGA GLOBAL .....	36
3.3 UM JOGO, MUITOS PRODUTOS .....	40
<b>4. MICHAEL JORDAN</b> .....	47
4.1 ELE .....	48
4.2 CHICAGO BULLS.....	55
4.3 CONSTRUÇÃO DA IMAGEM .....	58
<b>4.3.1 Air Jordan</b> .....	59
<b>5 THE LAST DANCE</b> .....	63
5.1 MICHAEL JORDAN E THE LAST DANCE .....	63
5.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	64
5.3 ANÁLISE DA SÉRIE .....	65
<b>5.3.1 Postura crítica da série</b> .....	65
<b>5.3.2 Olhar além do astro</b> .....	69
<b>5.3.3 Relação do atleta com a imprensa</b> .....	70
<b>5.3.4 Exposição dos produtos</b> .....	73
<b>5.3.5 Relação com o basquete contemporâneo</b> .....	75
<b>5.3.6 Depois dos créditos</b> .....	77
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	79
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	83

## 1 INTRODUÇÃO

O jornalismo esportivo está em constante evolução, consolidando-se cada vez mais como uma editoria indispensável para a área da comunicação. Todavia, com o passar dos anos não foi apenas o jornalismo que mudou, mas o esporte ainda mais. Seja na forma de distribuição ou no consumo do mesmo, a dinâmica que envolve os times, ligas, produtores de conteúdo e principalmente torcedores sofreu uma revolução digital, tal como o salto que também houve na qualidade das atuações dos atletas com o auxílio dessas novas tecnologias. Dessa forma, ídolos surgiram, outros foram embora, recordes foram quebrados e outros foram postos à prova, assim como grandes jogadores do passado que ganharam novos rivais nas comparações, recordes e estatísticas. Além disso, com o desenvolvimento das estratégias digitais, o público tornou-se ainda mais autônomo e passou a não depender mais da programação da televisão para assistir os melhores momentos de uma partida, por exemplo. Basta um clique para ter acesso às informações.

Portanto, aliados a isso, os conteúdos propostos no âmbito esportivo também acompanharam a onda de inovações e modificaram-se com a intenção de atingir novos públicos e ocupar espaço em todas as plataformas disponíveis, buscando uma imersão no meio virtual. Com a crescente mudança nos hábitos dos telespectadores, notou-se uma exigência cada vez maior das transmissões oferecerem mais do que apenas o jogo em si. Foi então que os streamings de esportes começaram uma franca expansão no mundo todo, ocupando espaços dentro do jornalismo esportivo, como é o caso da DAZN e do ESPN+. Baseados em três pilares: conteúdo diferente daquele exibido pelos principais canais, de qualidade e relevante, obtiveram grande sucesso e possibilitaram ao público uma aproximação maior dos seus clubes do coração e respectivos jogadores, e garantindo ainda um mergulho dentro das partidas mesmo estando em casa, através da interatividade promovida.

As plataformas de streaming também permitiram acesso com mais facilidade a conteúdos específicos como é o caso de um gol da virada, uma enterrada decisiva, uma ultrapassagem nos últimos minutos. Ou seja, o público pode ver e rever quantas vezes quiser, no momento que achar melhor. No Brasil, clubes como Palmeiras e Grêmio anunciaram a sua própria plataforma, TV Palmeiras Plus e Grêmio Play, com objetivo de estar ainda mais perto do seu torcedor.

Um dos maiores cases de sucesso é da famosa liga de basquete norte-americano, a NBA. Em frequente atualização, a liga segue de maneira ininterrupta renovando-se e lançando novos produtos para estar em sintonia com as mudanças do mundo e com as necessidades do seu público. Com forte presença de marca nas redes sociais e para além delas, a NBA é uma máquina em gerar conteúdo e manter-se no centro das atenções, possuindo até mesmo seu próprio serviço de streaming para a transmissão dos jogos, o *NBA League Pass*. Outro exemplo da criatividade e consciência de marca, a liga em parceria com a ESPN, uniu uma partida de basquete com os personagens da *Marvel*, estreitando ainda mais os laços com a cultura pop. A primeira ação do gênero já feita na história da liga colocou personagens da *Marvel* dentro do contexto do jogo por meio de uma tecnologia 3D, que ambientou a partida com a temática de “Arena de Heróis”. Durante a partida, os gráficos associaram a performance dos atletas a pontos “*Marvel Hero*” que foram conquistados por eles, concedendo ao maior pontuador da noite o prêmio de primeiro campeão da *Marvel*.

Ainda, dentre as novidades nas produções de conteúdos no jornalismo, os documentários esportivos ganharam vez e se popularizaram entre os fãs de esportes. Pensando para além das transmissões de jogos, o esporte também pode ser visto como uma oportunidade de gerar conteúdos audiovisuais e, com isso, explorar o viés do entretenimento. Durante o período de pandemia devido ao covid-19, a ausência de jogos ao vivo alavancou ainda mais o consumo desses documentários. Segundo a consultoria Kaizen<sup>1</sup>, a média de horas de consumo por assinante de *streaming* na pandemia aumentou 61% em todo o planeta e, no Brasil, 69% dos assinantes aumentaram sua média de consumo. O levantamento revelou ainda que as duas séries de maior audiência no período foram *Tiger King*, com mais de 34 milhões de visitantes únicos nos primeiros 10 dias, e *The Last Dance*, série documental sobre a explosão do Chicago Bulls impulsionada por Michael Jordan. A nostalgia e a saudade das transmissões esportivas foram recordadas através das histórias contadas. Vale ressaltar também a emblemática série “*30 for 30*”, da ESPN, que aborda diversos desportos e temáticas dos mesmos.

Estes, por sua vez, também tornam-se aliados dos próprios atletas que buscam manter-se na mídia a fim de renovar e autopromover a sua imagem, principalmente para fins lucrativos. Agora, com o poder dos *streamings*, jogadores associam a sua

---

<sup>1</sup> Dados disponíveis em: <https://bit.ly/3qCvrO8>.

marca com conteúdos exclusivos atingindo nichos maiores de públicos. Com toda essa exposição, os atletas podem converter a sua fama em patrocínios, melhores salários e até mesmo alcançar o *hall* da fama do esporte, eternizando-se no mundo esportivo. Ou seja, a mídia também é parte decisiva na formação dos ídolos e na manutenção dos mesmos nos imaginários sociais.

Portanto, a presente monografia aborda as seguintes temáticas: jornalismo esportivo, documentários, construção da imagem de um atleta e a atualização da mesma, a partir da análise da série documental da ESPN em parceria com a plataforma de streaming Netflix, *The Last Dance*, que aborda a trajetória do jogador de basquete Michael Jordan na NBA, durante a sua passagem pela franquia Chicago Bulls.

Esta pesquisa é relevante para a área da comunicação e para o Jornalismo, uma vez que investiga novas formas de produção de conteúdo que passam a ser opções de inovação para o campo dos esportes, assim como a importância dos recursos audiovisuais para concepção da imagem de um atleta de alto rendimento. Além disso, esta monografia discorre sobre a história do basquete no Brasil e aspectos da cobertura do desporto.

Este estudo busca responder, como problema de pesquisa, de que forma uma série documental é capaz de atualizar a imagem de um atleta, com foco no ex-jogador de basquete Michael Jordan. A presente monografia tem como objetivo analisar a produção *The Last Dance*, disponível de maneira online na plataforma Netflix, procurando estabelecer seis eixos de análise, são eles: a postura crítica da série, o olhar além do astro, sua relação com a imprensa, a exposição dos produtos relacionados a sua marca e o contexto com o basquete contemporâneo. Para além disso, a série é explorada como nova forma de produção de conteúdo no âmbito do jornalismo esportivo e seus impactos para o futuro da profissão. Para isto será utilizado o método de estudo de caso onde um evento contemporâneo pode ser observado sem interferência do pesquisador através de um único caso.

A monografia está organizada em seis capítulos, incluídos nestes a Introdução e as Considerações Finais. No segundo capítulo, *Jornalismo Esportivo*, é estabelecido os conceitos básicos desta editoria, além de traçar um paralelo com a relação para além do futebol e com a popularização dos documentários esportivos, principalmente da emissora ESPN. Para isto, são utilizados autores como Rangel (2006), Coelho (2007), Galeano (2006), Teixeira (2008) e Maia (2005).

No terceiro capítulo, *Basquete*, é contextualizado a modalidade no Brasil, bem como a história por trás da *National Basketball Association* (NBA) e como ela tornou-se uma liga global, responsável por oferecer diversos produtos ao público que vão além do desporto, baseando-se, principalmente, nos autores Rosenblatt (2003), Helal (2001), Pires (2002) e Klein (2002).

No quarto capítulo, *Michael Jordan*, o jogador de basquete é apresentado, assim como a sua trajetória na franquia Chicago Bulls e a consolidação da marca *Air Jordan*. Outro ponto discutido é a construção da imagem de um atleta de esporte coletivo na mídia. Autores como Halberstam (2013), Delgado (2018), Kotler (2000) e Sacristán (2021), auxiliaram no embasamento dos argumentos exibidos.

No quinto capítulo, *Análise*, a série *The Last Dance* é introduzida e os objetos de estudo desta monografia são percorridos com base na investigação dos eixos estabelecidos e já mencionados anteriormente. Para a construção da análise, é utilizado a pesquisa bibliográfica, a partir das ideias de Stumpf (2005) e Gil (1995), e principalmente desenvolvida através do método de estudo de caso, que consiste na exploração de um fenômeno contemporâneo por meio de um único caso. Para tal, foram utilizados os autores Yin (2015) e Gil (1995).

A série, por sua vez, foi escolhida pois apresenta um recorte fundamental para contextualizar a construção da imagem de Jordan na mídia, e principalmente, da sua marca, *Air Jordan*, o que contribui para o entendimento geral do tema proposto. É através de *The Last Dance* que a presente monografia baseia-se para explorar a trajetória do camisa 23 do Chicago Bulls e perceber como faz para manter a sua figura atualizada entre gerações contemporâneas, fãs ou não do esporte. Para além disso, é possível obter uma compreensão mais profunda de novas plataformas disponíveis para criação de conteúdos no âmbito do jornalismo esportivo. Sobretudo, Michael Jordan foi escolhido como peça central deste trabalho devido ao seu impacto tanto social, quanto cultural e econômico na sociedade, personalidade responsável por romper barreiras e alterar aspectos relacionados à área da comunicação, além da identificação da pesquisadora com o mesmo.

## 2 JORNALISMO ESPORTIVO

O jornalismo esportivo é caracterizado como um nicho dentro da editoria geral de jornalismo que se dedica à cobertura diária das diferentes modalidades esportivas existentes em sociedade. O profissional da área tem a sua história marcada por um forte preconceito envolvendo a atividade que normalmente é confundida com entretenimento, ganhando menor prestígio dentro da hierarquia nas redações.

Todavia, a cada dia vêm ganhando uma projeção maior com o público e conquistando um espaço legítimo e importante no cenário mundial. Este capítulo busca analisar o desenvolvimento da prática e suas relações com as produções audiovisuais na atualidade, principalmente dos documentários esportivos.

### 2.1 CONCEITOS BÁSICOS

Em um mundo globalizado, a busca pela afirmação identitária vem gradualmente evidenciando escolhas subjetivas e opiniões individualizadas, alterando assim o padrão de consumo em sociedade, até mesmo na escolha dos conteúdos. Dessa forma, o jornalismo especializado surge da necessidade social e econômica de segmentar o mercado com o objetivo de atrair diferentes públicos. Além de ser lucrativo, o jornalismo de nichos é uma resposta à demanda de informações direcionadas para audiências específicas, em meio a um fluxo enorme de dados a qual somos expostos diariamente, além de agregar indivíduos através de suas afinidades. Como defende Abiahy (2005, p.5), conforme as diferenças e divergências foram diminuindo os laços da coletividade, os indivíduos foram priorizando seus interesses particulares e percebe-se hoje o quanto a comunidade encontra-se dividida nos mais diversos blocos. O público passa a buscar por conteúdos personalizados provocando então o crescimento da segmentação deste mercado.

À vista disso, o debate acerca da relevância do esporte dentro do conceito de fazer jornalismo perdura a anos. Há quem ainda confunda com apenas entretenimento, concedendo menor prestígio aos profissionais que se dedicam diariamente à cobertura esportiva. O jornalismo esportivo, por vezes, recebe o aspecto de subeditoria dentro da hierarquia jornalística nas redações. Seja pela falta de formação específica para esses profissionais ou pelo excesso de comoção que

envolve as pautas, ser jornalista esportivo envolve muitas especificidades, mas não deixa de cumprir os requisitos básicos da notícia: a ética, o compromisso com a verdade e o interesse público. A missão de informar com ampla honestidade os acontecimentos deve predominar em qualquer segmento e não é diferente com o esporte.

Jornalismo é jornalismo, seja ele esportivo, político, econômico, social. Pode ser propagado em televisão, rádio, jornal, revista ou internet. Não importa. A essência não muda porque a sua natureza é única e está intimamente ligada às regras da ética e ao interesse público (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p.13).

Segundo Paulo Vinícius Coelho (2011), a primeira aparição do esporte nos meios de comunicação aconteceu em 1910 com relatos de jogos de times de futebol amadores italianos nas páginas do jornal "*Fanfulla*". O periódico passou a atingir um número grande de italianos em São Paulo e em uma das edições, foram convocados a fundar um clube no Brasil, em meio a Segunda Guerra Mundial. Surge assim o Palestra Itália, hoje, Palmeiras. Porém, as publicações não eram como as que conhecemos hoje, haviam apenas relatos esportivos e informações soltas. No entanto, graças ao *Fanfulla*, registros importantes como o primeiro jogo do Palmeiras, do Corinthians e do Santos foram registrados nas páginas do jornal. Com o passar dos anos, o jornalismo esportivo evoluiu e conquistou cada vez mais espaço nos meios de comunicação, qualificando e expandindo os conteúdos apresentados.

Atualmente, a produção de uma matéria esportiva configura um complexo processo assim como em qualquer outro nicho jornalístico: apuração, checagem da veracidade dos fatos, entrevistas com fontes confiáveis que possam ajudar a construir a história, a redação - que por hora seguem o uso do lide, respondendo no primeiro parágrafo as questões: o que? Quem? Quando? Onde? Como? e Por que?, além da lógica da pirâmide invertida que prevê informações mais importantes contidas no início do texto -, e por fim a edição final. Para Yanez (1995), a compreensão do que o esporte significa para a sociedade é uma das melhores armas para o jornalista poder lutar pelo reconhecimento do seu trabalho.

Os profissionais atuais chegam ainda mais qualificados às redações, muitas vezes, dominando outro idioma fluentemente, com noções de conteúdos multiplataformas, gravam, editam, reportam. Na definição tradicional apresentada pelo Dicionário Enciclopédico Tubino do Esporte (2007, p.719), o jornalismo esportivo,

“é uma atividade especializada de Jornalismo na qual são transmitidas informações, opiniões (interpretações e críticas) e análises do esporte em qualquer aspecto de sua abrangência sociocultural. O jornalismo esportivo é exercido por jornalistas com conhecimento em esportes em geral ou em aspectos esportivos. (...) A cobertura jornalística esportiva, na sua maioria, é setORIZADA, podendo incidir sobre clubes, modalidades, entidades dirigentes ou outros aspectos esportivos importantes.”

Os acontecimentos esportivos, por sua vez, ocupam boa parte da grade dos noticiários diários, contando ainda com programas específicos a nível regional, nacional e mundial pelo seu alto grau de impacto mercadológico e social, já que estão intimamente interligados a construções identitárias e subjetivas em um cultura baseada em esportes; trazem consigo diversos atores e relações interculturais. Ao serem narrados, o jornalismo utiliza estratégias discursivas para chamar a atenção do público em busca de manter a audiência elevada. Com o advento da Sociedade da Informação, os meios de comunicação cederam espaço às estratégias mercadológicas. Isto é, o noticiário de esportes, “é muito mais que isso, já que incidem sobre sua prática muitos aspectos provenientes de outros campos (da psicologia, da medicina, marketing, política, religião, imprensa, etc.)” (BORELLI, 2002, p. 14).

Seguindo esta lógica, a maior parte dos profissionais que cobrem esportes diariamente, entre eles atividades coletivas, tem o objetivo de individualizar um personagem e em volta disso contar uma história que muitas vezes abusa de adjetivos e alegorias para humanizar o atleta em questão e causar identificação e proximidade com o público. Segundo Morin (2001, p.70):

“Jogos e espetáculos mobilizam uma parte do lazer moderno. Nada disso é absolutamente novo, pois os espetáculos, assim como os jogos (de azar ou de competição), sempre estiveram presentes nas festas e nos lazers antigos. O que constitui a novidade é a extensão televisionada ou tele auditiva do espetáculo, abrindo-se até os horizontes cósmicos, são os progressos de uma visão lúdica da vida”.

Como é possível constatar, o mundo esportivo envolve diferentes aspectos que exigem diversas competências jornalísticas. Além de se especializar em algum esporte, a fim de escrever, comentar, apresentar e debater sobre o tema, o profissional também deve estar preparado para eventualmente cobrir outras modalidades. A partir daí surge outro ponto: a linguagem própria; o jornalismo esportivo tem a função de compreender e então repassar ao público jargões, gírias e regras específicas de cada esporte. Para Alcoba (1980), o jornalismo esportivo passa a ser “um gênero superespecializado em razão da complexidade existente no tema, que trata de refletir



nos instrumentos de Comunicação, com fim de atender a uma demanda exigida por uma massa”.

Sendo assim, o jornalismo, seja ele especializado ou não, é um mosaico de histórias que dentro de pré-requisitos de noticiabilidade estabelecidos buscam retratar uma realidade. Como defende Traquina (2004, p.21), “o jornalismo é um conjunto de ‘estórias’, ‘estórias’ da vida, ‘estórias’ das estrelas, ‘estórias’ de triunfos e tragédias”. O jornalismo de nichos surge justamente como uma forma de segmentação deste mercado, a fim de proporcionar especificidades para todos os gostos, de modo que os indivíduos busquem um fator de união e de identificação neste tipo de informação.

## 2.2 ALÉM DO FUTEBOL

O futebol é uma das grandes paixões mundiais que atrai multidões, de todas as classes sociais, ao redor das partidas, sejam elas decisivas ou não, como uma espécie de “idioma universal”. Aqui no Brasil, o esporte faz parte da identidade da sociedade e está inserido na vida da ampla maioria dos brasileiros, caracterizando uma espécie de “DNA” nacional. Desde o seu surgimento, o futebol causa impacto na economia e na vida social, pois arrasta centenas de torcedores devotos aos seus times e tornou-se um dos produtos midiáticos mais lucrativos, ocupando grande parte das produções jornalísticas.

O jogo se transformou em espetáculo, com poucos protagonistas e muito espectadores, futebol para olhar, e o espetáculo se transformou num dos negócios mais lucrativos do mundo, que não é organizado para ser jogador, mas para impedir que se jogue. (GALEANO, 2013, p. 10).

O desporto foi profissionalizado em 1904, com a criação da Federação Internacional de Futebol Associado (FIFA), e, desde então, também tornou-se alvo de empresas em busca de exposição de marcas. Há concorrência acirrada entre os canais de televisão para obter os direitos de transmissão, além de clubes dispostos a pagar salários exorbitantes aos jogadores, orientados por empresários que também realizam gestões de carreira e imagem contemporaneamente. A imprensa encontrou no esporte um produto em crescimento exponencial para ser explorado e conseqüentemente vendido ao público, tornando-se parte da cultura de massas por sua rápida aceitação e popularização. Para compreender isto, é válido lembrar que o

maior grupo de jornalismo do Brasil, o Grupo Globo de Comunicações, lucrou aproximadamente R\$ 4 bilhões em 2019 apenas com o futebol, cerca de 40% da receita total da emissora (MATTOS, 2019).

Dessa forma, as pautas diárias das redações passaram a alimentar-se de notícias produzidas no cenário do futebol. Normalmente, os jogos que acontecem nas quartas-feiras e aos domingos, logo geram matérias sobre a partida, além de toda a repercussão do resultado, e, posteriormente, projetando o próximo duelo, ao decorrer dos próximos dias. É uma rotina de pautas muito parecidas ao longo das competições que acabam entrando em um ciclo vicioso. O jornalismo esportivo, por sua vez, busca reproduzir o espetáculo visto dentro das quatro linhas. Portanto, cada vez mais as pessoas criam laços de identificação com as histórias de superação dos atletas, sentindo-se próximas dos seus ídolos e vendo neles a realização de seus sonhos; tudo através do esporte, na maioria das vezes através do futebol.

Reconhecido no domínio público -inclusive por outros povos - como uma manifestação cultural que revela nosso jeito, malícia, alegria ou ginga, o futebol protagonizou os contornos de um processo de identificação construído e engendrado por esses diferentes agentes sociais em interação. A distinção social foi paulatinamente transfigurada em símbolo de um processo de identificação de nacionalidade experimentado pelos mais variados grupos sociais em todo o país. Futebol: símbolo brasileiro que ultrapassa as fronteiras nacionais, tal como se nota através da notoriedade alcançada por inúmeros jogadores, sobretudo Pelé que condensa na imagem de "atleta do século" o estilo brasileiro de jogar. (TOLEDO, 2000, p.8 e 9).

Contudo, com o passar dos anos este não é o único esporte visto como produto de consumo apesar de ser o mais popular. Outras atividades desenvolvidas por atletas vêm se tornando populares e conquistando espaço nas produções jornalísticas. Entre eles destacam-se o vôlei, surf, futsal e principalmente, o basquete. Esportes que normalmente eram vistos apenas em períodos de Olimpíadas ou em outros megaeventos esportivos, agora passam a fazer parte de forma mais frequente das rotinas das coberturas devido ao interesse social e econômico. Em ligas como a NBA, *National Basketball Association*, o basquete norte-americano, apenas 12 das 30 franquias da NBA já são avaliadas em US\$ 2 bilhões ou mais, com as seis mais valiosas representando quase dois terços dos ganhos totais de valor da franquia nos últimos doze meses. Apesar do caos causado nas finanças devido a pandemia, todos os times da NBA apresentaram lucro operacional positivo, pelas contas da revista

Forbes.<sup>2</sup> Ou seja, antes de qualquer outro campeonato, a NBA percebeu que precisava transformar seus astros em produtos, e divulgá-los em intensas campanhas de marketing. Com isso, obtiveram um espaço estrondoso dentro dos veículos de comunicação que hoje dedicam-se a cobrir o basquete ao redor do mundo, com grande influência no Brasil. O interesse pela modalidade segue uma linha crescente devido ao seu alto nível de competitividade reunindo alguns dos melhores atletas do mundo, tendo seus jogos transmitidos em mais de 200 países. Nessa pegada, produtos nos mais variados formatos multiplataformas surgiram para tentar contar essas histórias. Se anteriormente inúmeras publicações físicas foram desenvolvidas acerca da vida esportiva, como é o caso dos famosos livros e biografias, agora, principalmente no âmbito audiovisual, produções passaram a ocupar este lugar com filmes, séries e os famosos documentários esportivos.

### 2.3 DOCUMENTÁRIOS ESPORTIVOS

O documentário é um gênero do jornalismo com características particulares e independentemente da temática abordada é possível de ser identificado e diferenciado de outras produções audiovisuais, porém as linhas entre um conteúdo e outro ainda são muito tênues. O documentário ocupa uma posição envolta por polêmicas no cenário do cinema por recorrer a meios de produção próprios, mas também fílmicos. Mesmo com valores jornalísticos em voga, o uso de subjetividade é predominante evidenciando uma visão particular do diretor.

[...] podemos afirmar que o documentário é uma narrativa basicamente composta por imagens-câmera, acompanhadas muitas vezes de imagens de animação, carregadas de ruídos, música e fala (mas, no início de sua história, mudas), para as quais olhamos (nós, espectadores) em busca de asserções sobre o mundo que nos é exterior, seja esse mundo coisa ou pessoa. Em poucas palavras, documentário é uma narrativa com imagens-câmera que estabelece asserções sobre o mundo, na medida em que haja um espectador que receba essa narrativa como asserção sobre o mundo. A natureza das imagens-câmera e, principalmente, a dimensão da tomada através da qual as imagens são constituídas determinam a singularidade da narrativa documentária em meio a outros enunciados assertivos, escritos ou falados. (RAMOS, 2008, p.22).

---

<sup>2</sup> Dados disponíveis em: <https://www.forbes.com.br/listas/2021/02/as-10-equipes-mais-valiosas-da-nba-em-2021/>. Acesso em: 5 jun. 2021.

Uma das principais características deste tipo de produção é a relação de proximidade com a realidade, respeitando um determinado conjunto de procedimentos como registro *in loco*, predominância de entrevistados e não de atores em cena, uso de cenários naturais, imagens de arquivo etc. Como defende Melo (2002), o caminho para a produção de um documentário supõe uma liberdade que raramente é encontrada em qualquer outro gênero, ele é construído ao longo do processo de produção e mesmo existindo um roteiro, o formato final somente se define com as filmagens, a edição e a montagem. Isso recai também sobre a escolha dos personagens, pois são atores reais da vida em sociedade com seus defeitos e qualidades expostos até mesmo por não haver um script de falas previstas, mesmo que o diretor e a equipe direcionem o depoimento através das perguntas na entrevista e também no processo de edição futura. Ao contrário do que ocorre com os gêneros jornalísticos, nos quais busca-se uma suposta neutralidade ou imparcialidade, no documentário a parcialidade é aceita.

“O documentário é um gênero fortemente marcado pelo "olhar" do diretor sobre seu objeto. O documentarista não precisa camuflar a sua própria subjetividade ao narrar um fato. Ele pode opinar, tomar partido, se expor, deixando claro para o espectador qual o ponto de vista que defende. Esse privilégio não é concedido ao repórter, sob pena de ser considerado parcial, tendencioso e, em última instância, de manipular a notícia” (MELO, 2002, p.29).

Não é difícil concordar com a afirmação de que a obra documental toma cunho pessoal. A subjetividade e a ideologia do documentarista estão nitidamente presentes na narrativa do documentário e aparecem na forma de texto verbal, sons e imagens. À vista disso, diversos nichos passaram a investir em produções neste formato com intuito de oferecer ao público uma nova forma de consumir conteúdo, este é o caso do esporte, principalmente, do jornalismo esportivo.

Na atualidade, além do futebol, diversas outras modalidades ganharam séries audiovisuais, principalmente pela popularização das plataformas de *streaming*, além do forte interesse do público pelos documentários esportivos, especialmente alavancados pelo atípico ano de 2020, onde a pandemia do novo coronavírus provocou a ausência de esportes sendo transmitidos nos veículos de comunicação. Dessa forma, a procura por *streaming* de seriados e documentários esportivos nunca esteve tão forte. As histórias emocionantes de superação e inspiração além de gerarem entretenimento abastecem uma forte narrativa audiovisual que atrai de forma

eficaz o público. Mesclando resgates históricos com materiais e falas atuais, os documentários inovam na forma de contar a história, trazendo um ponto de vista diferente de um fato já visto anteriormente. Ainda mais no âmbito esportivo, é cada vez mais comum trazer recortes do passado para recontar e ao mesmo tempo reviver eventos importantes da sociedade sob uma nova perspectiva. O audiovisual, especialmente o documentário, tem a capacidade de preservar a memória e resgatar a história, a fim de compor um acervo documental através da mídia criativa.

Antes que os rastros sejam apagados, que as lembranças sejam esquecidas, o documentário revela-se como refúgio de uma memória viva, como um lugar de exercitar a rememoração enquanto um ato encarregado de ressignificar o mundo em sua dimensão temporal. (TOMAİM, 2016, p. 99)

Até mesmo as grandes premiações estão considerando cada vez mais a qualidade dos documentários esportivos. Fortes exemplos disto são, “Ícaro”, documentário de ciclismo que ganhou o Oscar da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas em 2018, o prêmio mais importante da história do cinema. Com um foco total de como o doping está relacionado com a alta performance nas principais provas de ciclismo do mundo, a obra faz esse estudo aprofundado, de tal forma que coloca um atleta avaliando como o doping influencia profissionais de ciclismo nos Estados Unidos.

Porém, essa não é a única produção esportiva que ganhou o prêmio nos últimos anos. O curta de Kobe Bryant chamado “*Dear Basketball*”, também recebeu a mesma premiação em 2018, um feito histórico, pois premiou, pela primeira vez, um jogador que já havia sido campeão pela NBA. Tal como a série que virou filme: “*O.J.: Made in America*”, produzida pela emissora americana ESPN, na série denominada “*30 for 30*”, vencedora do Oscar 2017 na categoria melhor documentário, onde retrata a polêmica trajetória do ex-jogador de futebol americano da NFL, liga norte-americana, Orenthal James Simpson. OJ Simpson foi acusado de matar a sua ex-mulher e um amigo em 1994, no caso que se tornou em uma das maiores repercussões de televisão. O filme remonta o caso fazendo reflexões em cima de questões como a luta pelos direitos civis por meio de atletas negros, até à onda de protestos em Los Angeles em 1992, após a morte do taxista negro Rodney King por policiais brancos.

Levando em consideração outros prêmios, o famoso documentário acerca da vida e carreira do piloto de fórmula 1, Ayrton Senna, ganhou dois *British Academy Film*

*Awards*, premiação anual concedida pela Academia Britânica de Cinema e Televisão (BAFTA) que visa homenagear as melhores contribuições britânicas e internacionais do cinema. O documentário, é lógico, conta a trajetória de Ayrton Senna, desde sua infância nos karts até seu acidente fatal aos 34 anos, passando por todas as grandes vitórias e 3 títulos mundiais de fórmula 1. Estes são alguns dos exemplos importantes na história das produções esportivas.

Um fator fundamental para a ascensão dos documentários esportivos é a influência da cultura do visual na contemporaneidade. O público não se contenta apenas com registros em textos ou fotografias, a busca por vídeos com melhores momentos, bastidores, entrevistas, etc., passou a ganhar a atenção nas produções do jornalismo esportivo. O documentário em sua essência não contempla do imediatismo que é imposto pela prática jornalística diária e, assim, o objetivo destas produções é buscar os melhores ângulos para contar a história sob uma perspectiva diferente da já noticiada.

Um das primeiras referências na construção de uma narrativa audiovisual no esporte ocorreu com *Olympia*, da cineasta Leni Riefenstahl, durante os Jogos Olímpicos de Berlim, em 1936. Marcado por fortes questões socio-políticas durante a Alemanha nazista, a produção inovou em seu formato utilizando técnicas que exploravam artifícios de filmagens ao criar cenários, efeitos de câmera baseados na movimentação de cenas e enquadramento, além de ambientes naturais e artificiais para compor o roteiro e a edição final. Para Riefenstahl, o mais importante não era o resultado das provas, mas sim a necessidade de explorar a beleza e os esforços atléticos dos personagens em questão. Mostrar ao mundo aquilo que escapava da percepção humana, emergindo dentro das cenas e aproximando os telespectadores do trabalho final.

*Olympia*, voltado para cultuar as proezas corporais dos heróis, traz planos admiráveis - a autora questiona se o mérito dessas imagens devem ser atribuídas à diretora ou ao seu *câmera man*, Hans Ertl -, em que se pode ver a dinâmica e a excitação dos corpos moldados para superar limites, a ponto de explodir as dimensões cinematográficas do quadro. (TEIXEIRA, 2008, p.23-24)

Como defende Teixeira (2008), os documentários de Riefenstahl ultrapassaram o mero registro histórico, no sentido do evento ocorrido, para fazer história por meio dos sentidos e significados empregados para fabricar uma realidade fílmica que resulta em um espetáculo. Essas, entre outras, características ajudaram a inovar a

forma de contar uma narrativa, e serviram como referência para a cobertura de eventos esportivos, como pode ser observado posteriormente em programas do Canal 100, por exemplo. Com um novo formato de fazer jornalismo, o cinejornalismo<sup>3</sup>, o Canal 100, periódico que ficou em exibição nas telas de todo o país por 27 anos (1959-1986), produzido e idealizado por Carlos Niemeyer, exibia notícias acerca de acontecimentos da semana, além de fatos esportivos antes de filmes exibidos em salas de cinema, abusando sempre de um aspecto estético diferenciado e com um viés de entretenimento. O segredo era a técnica aliada a uma linguagem poética, expressiva, combinando som e imagem de forma nunca antes vista no Brasil. (MAIA, 2005).

As imagens da semana, apresentadas como em uma revista de variedades, fez com que o Canal 100 se tornasse o grande inovador do cinejornalismo brasileiro. A inovação na forma foi significativa, pois, pela primeira vez, um cinejornal deixava a postura séria e tradicional, sacralizada pelo Estado Novo, e propunha uma roupagem nova, introduzindo uma série de tópicos variados, com uma imagem jovial e leve. Apesar de registrar cenas das grandes manifestações do movimento estudantil, como a passeata dos cem mil, as telas dos cinemas mostravam algo diferente, lá estavam as realizações governamentais, as imagens do Rio de Janeiro, a praia, as belas mulheres e, como não poderia faltar, o futebol. (ibidem,p.3)

Finalizando cada edição com futebol, o Canal 100 apresentava imagens surpreendentes, ainda não vistas pelos telespectadores, para ilustrar suas narrativas, como o Maracanã lotado em dia de Fla-Flu, ou com jogos da Seleção Brasileira evidenciando atuações impressionantes de Pelé. Utilizando os mais variados recursos que iam desde o close no jogador que acabou de perder um gol, a cabeceada vista em câmera lenta com as gotas de suor registradas, até um passeio pela lateral do campo acompanhando o jogador; tudo auxiliado por várias câmeras espalhadas pelo estádio.

Mas o jogo em si não era o único foco cinematográfico do Canal 100. As imagens da torcida também eram grandiosas com gestos, olhares, gritos, toda uma série de expressões capazes de emocionar o público que tornava-se parte essencial do espetáculo. Como se referiu Nelson Rodrigues (1977), Carlos Niemeyer aproximou a distância entre o torcedor e o espetáculo, entre a tela e a platéia: “Imaginem Pelé, em dimensão miguelangesca, em plena cólera do gol. Sua coxa, plástica, elástica,

---

<sup>3</sup> Modalidade de jornalismo que tem como veículo o cinema.

ornamental, enchendo a tela. Tudo que a vitória possa ter de lírico, dramático, delirante, estará esculpido na luz”.

A forma de produzir os conteúdos incitava emoção no público que acompanhava com atenção cada detalhe exibido esboçando as mais diversas reações. Com suporte do governo Médici e dos patrocinadores, a equipe de Niemeyer trouxe, por exemplo, as primeiras imagens coloridas da Copa do Mundo de 1970, no México, enquanto o noticiário diário transmitia-a em preto e branco. Portanto, vale evidenciar que na cultura visual as imagens importam, pois, em vez de simplesmente refletirem a realidade, nossa relação com essas imagens afeta/constrói percepções sobre o mundo e sobre nós mesmos, influenciando nossas escolhas, ainda mais ressaltado na sociedade contemporânea.

“A cultura visual também chamada por estudos visuais é um campo de estudos referente à construção do visual na arte, nas mídias e na vida cotidiana, tendo a imagem como objeto central e por meio da qual são produzidos significados em contextos culturais. Os estudos referentes à cultura visual têm como investigação e análise da cultura contemporânea a qual é dominada por imagens visuais. Estes estudos implicam nas diferentes formas de olhar a vida, como são construídos os signos e como os mesmos são significados por nós”. (DUTRA, 2014, p.2.)

Ou seja, o mundo moderno é moldado através de relações imagéticas que contribuem para o fluxo informacional e social, acima de tudo, mediadas pela comunicação de massa. As pessoas passaram a se comunicar e a consumir conteúdos, principalmente, através de registros audiovisuais, sendo bombardeadas diariamente por estes arquivos em praticamente todas as plataformas. Com a atenção cada vez mais disputada, as produções de conteúdo se adaptaram às novas tecnologias para conquistar o público de maneira efetiva. O processo para uma criação audiovisual tem como finalidade principal comunicar algo a alguém, e mais que isso, de maneira intencional em busca de atingir um propósito final.

“A imagem vende estilos de vida e deixa de corresponder com a realidade, conduz ao mundo das aparências e arrebatava o espectador pelo fascínio. Não se trata de uma cópia do real, mas de uma representação sendo produzida tendo a si só como referência, como já dito, sem corresponder com a realidade”. (PESSOA, 2018. p.4)

As imagens, portanto, são projeções do imaginário e buscam promover uma relação de identificação entre os indivíduos. Essa procura por uma identidade é



explicada pelo fato do ser humano ser um ser social e, através da identificação, encontra-se um certo equilíbrio entre o realismo, o desejo e a fantasia. Portanto, o documentário é, como vimos, uma obra de cunho pessoal, que em sua essência tenta criar um vínculo com o telespectador ao explorar sentimentos reais através do resultado final. Um documentário é sobre momentos mais profundos que se encontram sob as imagens que vemos, novos modos de ver o mundo, implicam em novas construções visuais.

Conseqüentemente, uma série de produtos voltados para as diferentes modalidades esportivas nascem neste cenário. Os veículos de comunicação foram os que mais investiram nessas produções criando uma nova cultura dentro do jornalismo esportivo. Este é o caso da HBO, que no último ano foi premiada com dois Emmys, o maior e mais prestigioso prêmio atribuído a programas e profissionais de televisão, com dois documentários esportivos, são eles: "24/7 Kelly Slater", sobre a lenda do surfe, atleta 11 vezes campeão do Circuito Mundial de Surfe. A produção acabou conquistando o prêmio na categoria: "Melhor filme de um esporte editado".

Outra produção reconhecida foi "*What 's my name?' Muhammad Ali*", que conta a trajetória de uma das maiores lendas do esporte, o boxeador Muhammad Ali. O documentário foi produzido por LeBron James. O astro da NBA tem uma produtora chamada *Spring Hill Entertainment* e em 2019, produziu a obra em parceria com a HBO. Com um acervo completo que conta com mais de 1000 horas de material audiovisual, o diretor Antoin Fuqua usa todas as entrevistas do pugilista para construir o enredo e a narrativa. A obra, dividida em duas partes, conquistou o Emmy de Melhor Documentário Esportivo do ano de 2020.

## 2.4 ESPN E DOCUMENTÁRIOS

Um dos casos mais significativos é o da ESPN. Além da ampla cobertura realizada pela empresa, ela também é conhecida por documentários e séries especiais que produz. Cabe ressaltar que a *Entertainment and Sports Programming Network*, ESPN, surgiu em meados de 1978, na cidade de Plainville, estado americano de Connecticut, por Bill Rasmussen, um repórter esportivo da televisão americana NBC e seu filho, Scott. A emissora surgiu com a ideia de transmitir programas esportivos, reportagens, documentários, notícias e jogos ao vivo das mais variadas

modalidades esportivas mundiais e, posteriormente, tornou-se um dos mais importantes pilares do império Disney. Inicialmente, o investimento da dupla girou em torno de US\$ 9 mil, o suficiente para comprar um transponder<sup>4</sup>.

A primeira transmissão da ESPN foi feita de uma partida de softball e contou com uma boa audiência para aquela época. Logo depois desse evento, entrou no ar o noticiário esportivo que tornaria-se um ícone do canal até os dias de hoje, o *SportsCenter*, que já atingiu a marca de 50 mil apresentações. A atração é um símbolo da emissora e conseqüentemente do jornalismo esportivo. Durante o programa inaugural, o apresentador Lee Leonard disse: “Se você é fã, se é fã mesmo, o que verá nos próximos minutos, horas e dias a seguir poderá convencê-lo de que você foi para o paraíso dos esportes”, começando assim a longa tradição de desenvolver conteúdo com substância, coração e humor, conforme afirma a emissora em seu site oficial<sup>5</sup>. O jornal era bastante completo e oferecia notícias de várias modalidades esportivas de diferentes países do mundo. Já em 1980, a ESPN passou a oferecer uma programação 24 horas por dia, exibindo uma grande variedade de eventos esportivos que normalmente não eram vistos em rede aberta e tornando-se a primeira emissora com tal feito. Com isso, a ESPN cresceu em uma velocidade impressionante e, em pouco tempo, já cobria todo o território americano. O fato chamou a atenção dos grandes grupos de mídia da época, que buscavam posicionar-se melhor no então novo segmento da TV paga. Foi em 1984 que a *ABC/Capital Cities* adquiriu a rede esportiva e a adaptou para um canal fechado. Então, com o passar dos anos, a emissora adquiriu os direitos de transmissão de grandes ligas como a NFL<sup>6</sup>, MLB<sup>7</sup> e a NBA<sup>8</sup>. Hoje, líder mundial em esportes, atinge mais de 100 milhões de residências apenas em seu país de origem e é entregue em vários idiomas ao redor do mundo, entre eles, o Brasil.

A emissora é uma das maiores redes de TV fechada, no segmento de esportes, em solo brasileiro. Segundo as verificações de audiência do painel nacional de

---

<sup>4</sup> O transponder é um dispositivo de comunicação eletrônico complementar de automação, cujo objetivo é receber, amplificar e retransmitir um sinal em uma frequência diferente ou transmitir de uma fonte uma mensagem pré-determinada em resposta a outra pré-definida “de outra fonte”. Eles são usados também na codificação de TV via satélite.

<sup>5</sup> Disponível em: <https://espn.pressroom.com/us/media-kits/espn-40th-anniversary/>. Acesso em: 29 mar. 2021.

<sup>6</sup> Sigla para National Football League.

<sup>7</sup> Sigla para Major League Baseball.

<sup>8</sup> Sigla para National Basketball Association.

televisão (PNT)<sup>9</sup>, no início de 2021, a ESPN ficou atrás apenas do SporTV. Todavia, a ESPN só chegou efetivamente ao Brasil em 1989, com algumas transmissões em outros canais, porque na época, ainda não possuía um canal próprio. Em 1995 conseguiu a concessão para atuar como ESPN Brasil nas assinaturas de TV fechada do país. Como naquela época o SporTV dominava amplamente o mercado, a empresa investiu na imagem de esporte como informação e não como entretenimento. Com foco no jornalismo, o slogan dizia: “ESPN. Informação é o nosso esporte”. O texto foi remodelado até chegar ao slogan atual: “Servir o fã de esportes. A qualquer hora. Em qualquer lugar”.<sup>10</sup>

(..) A ESPN do Brasil nasceu numa pulsação de arrojo e pioneirismo (foi o primeiro canal de TV paga do Brasil, inovou ao trazer comentaristas jovens, ao fazer um jornalismo combativo, ao lançar o primeiro canal esportivo em high definition, ao se apropriar do futebol internacional, que virou uma febre anos mais tarde, ao lançar o primeiro aplicativo de streaming). (NETTO, 2020, p.150)

Nos anos 2000, a emissora passa a inovar ainda mais nos serviços oferecidos ao público. Com a criação de uma produtora e distribuidora de filmes (*ESPN FILMS*), diferentes narrativas audiovisuais, de alta qualidade e mais duradouras, começaram a ser oferecidos sobre múltiplos assuntos, como é o caso da sequência de documentários conhecida como “*30 for 30*” (com investimento inicial de 50 milhões de dólares). A ideia para a série surgiu com o colunista da ESPN.com, Bill Simmons e Connor Schell da ESPN, em 2007. O título, “*30 for 30*”, derivou do conceito de fazer uma série de 30 filmes em comemoração ao 30º aniversário da ESPN em 2009, por 30 cineastas diferentes, a fim de explorar as maiores histórias dos primeiros 30 anos da emissora no ar. O Volume I fez a sua estreia em outubro de 2009 e durou até dezembro de 2010. Nele foram narradas 30 histórias da "era ESPN", desde a fundação da rede em 1979. Filmes subsequentes, incluindo o Volume II (2012-2015), III (2015-2019), IV (2019-TBA) além de curtas online, expandiram a série para além da "era ESPN" e passaram a abordar os mais diversos acontecimentos esportivos com temas que vão desde à sorte, doping, até mesmo HIV, incluindo a maioria dos esportes, entre eles, o basquete, futebol, ciclismo, futebol americano, beisebol, etc. O

<sup>9</sup> Disponível em: <https://bit.ly/3wGliGj>. Acesso em: 09 abr. 2021.

<sup>10</sup> Disponível em: <https://espnpressroom.com/us/espn-mission-and-values/>. Acesso em: 29 mar. 2021

forte *storytelling*<sup>11</sup> criado diante dos conteúdos esportivos consolidou uma cultura de consumo, fidelizando o público e explorando recursos audiovisuais importantes para contar uma história eficiente e inovadora.

A emissora em números alcançou o patamar de segunda marca mais valiosa ligada ao mundo dos esportes, só perdendo o título para a Nike e alcançando um faturamento de U\$13,1 bilhões, de acordo com a Forbes.<sup>12</sup> A revista leva em consideração vendas, comunicação e resultados financeiros. Hoje, com 40 anos de atividade, a ESPN possui 50 entidades comerciais, mais de 8 mil funcionários, 9 canais de TV por assinatura nos Estados Unidos, uma plataforma de streaming, afiliadas em 71 países nos sete continentes, incluindo 29 redes de televisão, retransmissoras e produtos como rádio, revista, sites, aplicativos, produtos de consumo, vanguarda em plataforma de eSport e gerenciamento de eventos<sup>13</sup>. A ESPN + é o grande foco da emissora, que para fugir do tradicional, passou a investir na plataforma de *streaming* como ferramenta de transmissão não apenas de seus filmes e séries, como também de jogos ao vivo. Até o momento, lutas de UFC, alguns jogos universitários e programas exclusivos são alguns dos conteúdos oferecidos na plataforma que conta com o aplicativo *WatchESPN* com mais de 600 títulos no catálogo.

Entretanto, a emissora voltou a surpreender ao lançar, em 2020, o documentário “The Last Dance”, em parceria com a plataforma de *streaming* Netflix. A série, dividida em dez episódios, percorre toda a trajetória da lenda do basquete, Michael Jordan, com foco especial na temporada 1997/1998 da NBA. Naquele ano, o astro ganhou seu sexto campeonato com o Chicago Bulls. A produção venceu o prêmio *Emmy* na categoria melhor série documental do ano e bateu recordes de audiência. “The Last Dance” contou com aproximadamente 6 milhões de espectadores apenas nos dois primeiros episódios divulgados. No episódio inaugural, que foi ao ar nos Estados Unidos, registrou média de 6.3 milhões de espectadores, enquanto o segundo, que iniciou logo em seguida, teve 5.8 milhões, de acordo com

---

<sup>11</sup> Storytelling é a capacidade de transmitir conteúdo por meio de enredo elaborado e de narrativa envolvente, usando palavras e recursos audiovisuais.

<sup>12</sup> Dados disponíveis em: <https://www.suno.com.br/noticias/nike-marca-valiosa-top-10/>. Acesso em: 15 de julho de 2021.

<sup>13</sup> Dados disponíveis em: <https://espnpressroom.com/us/espn-inc-fact-sheet/>. Acesso em: 28 mar. 2021

dados da ESPN. Os episódios estavam disponíveis na ESPN e ESPN 2. A série será explorada em profundidade posteriormente ao decorrer dos capítulos.

Portanto, ao longo dos anos o jornalismo esportivo evoluiu quanto nicho especializado dentro da hierarquia jornalística ganhando espaço e confiança do público e dos próprios colegas de trabalho. Os profissionais passaram a utilizar cada vez mais recursos audiovisuais para promover seus conteúdos sobre os mais diversos esportes e não apenas o futebol, em uma sociedade voltada para o consumo da imagem. Os documentários foram peça-chave para esse progresso, desenvolvendo produções importantes na área e contribuindo para a criação do *storytelling* no esporte, com uma visão mais intimista dos fatos, além de ser uma referência nas coberturas esportivas, desde os tempos da documentarista Leni Riefenstahl nos Jogos Olímpicos de Berlim, em 1936, que chegou a inspirar posteriormente programas como o Canal 100.

Nos últimos anos, os veículos de comunicação começaram a destacar-se com documentários esportivos de qualidade para satisfazer a vontade do público de algo a mais do que apenas os relatos da partida e suas repercussões, este é o caso da ESPN. Se tornando uma das emissoras mais importantes no segmento de TV paga no Brasil e no mundo, projetos como “30 for 30”, produções audiovisuais voltadas para os mais variados temas acerca do ambiente esportivo, revolucionaram a forma de criar e consumir conteúdos neste segmento.

### 3. BASQUETE

O basquetebol é uma modalidade esportiva, coletiva e olímpica, de alto rendimento, que tem como princípio básico formar equipes opostas que buscam a vitória ao atingir o maior número de cestas possíveis. O seu surgimento teve origem em 1891, com o professor canadense James Naismith, pastor, que trabalhava na Associação Cristã de Moços, em Springfield, no estado de Massachusetts, Estados Unidos. A pedido do diretor da instituição, Luther Halsey Gullick, era preciso encontrar alguma opção de esporte que não necessitasse ser praticado ao ar livre, devido aos invernos rigorosos e fosse menos violento que o futebol americano. Diante disso, Naismith idealizou a modalidade, inspirado em outros esportes já existentes como o beisebol, a fim de que pudessem ser praticado em ginásios e fosse uma opção alternativa à ginástica que já entediava boa parte dos alunos. Ele elaborou uma lista de características que o esporte precisava ter, segundo Duarte (2003, p.73):

James fez um esforço definitivo e chegou às seguintes conclusões quanto às características que o jogo deveria representar: 1ª. Ser um esporte para vários jogadores; 2ª. Ser adaptável a qualquer espaço; 3ª. Servir como exercício completo; 4ª. Ser fácil de aprender e não-violento; 5ª. Lograr interesse geral, pelo grau de dificuldade.

Inicialmente tendo como alvo cestas de pêssigo, o basquetebol foi sendo adaptado e Naismith definiu inicialmente treze regras para o desporto como os alvos fixos a 3,5 metros do chão e 39 centímetros de diâmetro. Com o passar dos anos a modalidade foi evoluindo até chegar aos moldes que conhecemos hoje. (CBB, 2021).

O esporte teve uma rápida difusão no país e fora dele, e suas regras se expandiram como forma institucionalizar a modalidade. (...) Portanto, o basquetebol, embora tenha tido um início particular, foi se desenvolvendo de forma vertiginosa, a princípio, tomando conta das quadras americanas, e, depois, do mundo todo. (PASTRE; PASTRE, 2021, p.35-37. )

Naismith vislumbrou a extensão do sucesso do esporte que inventou quando o basquete foi incluído nos Jogos Olímpicos de Berlim, em 1936. O professor chegou a fazer o lançamento da bola que iniciou o primeiro jogo de basquete nas Olimpíadas. Atualmente, a modalidade é caracterizada como um esporte midiático, rodeado pelo espetáculo, que assume papel importante na cobertura dos veículos de comunicação.

O desporto é praticado por mais de 300 milhões de pessoas em todo o mundo, segundo dados divulgados no site da Confederação Brasileira de Basquete, além de contar com mais de 215 países filiados à Federação Internacional de Basquete, FIBA, que foi fundada em 1932, em Genebra, na Suíça. A FIBA, desde então, definiu as regras internacionais de basquetebol, especificando equipamentos, fiscalizando a transferência de atletas entre países, controlando ainda os árbitros em nível mundial, e todo investimento feito no esporte. (CBB, 2021). Este capítulo vai analisar o surgimento e consolidação do basquete em nível mundial, além da importância da NBA e suas contribuições para a sociedade.

### 3.1 O BRASIL NAS QUADRAS

O Brasil foi um dos primeiros países a conhecer a nova modalidade. Em 1894, o professor norte-americano Augusto Shaw recebeu o convite para lecionar no Colégio *Mackenzie*, em São Paulo, e trouxe consigo a bola e as regras do jogo, introduzindo o basquete no país. O esporte popularizou-se inicialmente através das mulheres que logo adotaram a prática, mas demorou até chegar aos homens devido a forte cultura do futebol que havia se instaurado no país, trazido em 1894 por Charles Miller. Todavia, a aceitação nacional do esporte veio através do Professor Oscar Thompson, na Escola Nacional de São Paulo, e Henry J. Sims, então diretor de Educação Física da Associação Cristã de Moços (ACM), do Rio de Janeiro. Os primeiros torneios de basquete no Brasil aconteceram em 1912, na região central do Rio de Janeiro e, mais precisamente, em um ginásio localizado na rua da Quitanda, nº47 (DUARTE, 2003). Um ano depois, em 1913, o America Football Clube, do bairro da Tijuca, tornou-se o primeiro clube carioca a adotar o esporte.

As primeiras regras em português, por sua vez, foram traduzidas apenas em 1915, facilitando, assim, a compreensão dos adeptos da modalidade. Nesse mesmo ano, a ACM realizou o primeiro torneio da América do Sul, com a participação de seis equipes e alguns clubes cariocas. Com o sucesso da competição, o primeiro campeonato oficializado pela liga foi em 1919, com a vitória do Flamengo. A partir daí, o basquete não parou de crescer. Em 1922 foi então convocada a primeira seleção brasileira de basquete para disputar um torneio continental com as seleções da

Argentina e Uruguai. O Brasil sagrou-se campeão, sob a direção do técnico Fred Brown. (CBB, 2021).

Já em 1933 houve uma cisão no esporte nacional, quando os clubes que adotaram o profissionalismo do futebol criaram entidades especializadas dos vários desportos. Apareceu assim a Federação Brasileira de Basketball, em 25 de dezembro de 1933, no Rio de Janeiro. Em assembleia aprovada dia 26 de dezembro de 1941, passou ao atual nome, Confederação Brasileira de Basquetebol. (CBB, 2021). Os títulos começaram a aparecer mais tarde. A seleção brasileira masculina consagrou-se bicampeã mundial em 1959 e 1963 e a feminina alcançou seu auge em 1994, quando foi campeã mundial e vice campeã olímpica em Atlanta. Nessa época, a equipe feminina contava com o trio fantástico, Hortência, Paula e Janeth, jogando juntas. Os últimos títulos importantes do país foram o pan-americano 2019 (feminino) e pan-americano 2015 (masculino).

A geração de Ubiratan Maciel, Oscar Schmidt, Hortência Marcarí e Paula Gonçalves marcou a evolução do basquete brasileiro. Esses atletas entraram para o *Hall* da Fama do Basquete, evento realizado nos Estados Unidos. Em 2008, Oscar auxiliou na criação do Novo Basquete Brasil (NBB), uma competição entre clubes de destaques do Brasil criada para substituir o Campeonato Nacional de Basquete e com objetivo de ser mais atrativa para o público e para os patrocinadores, baseando-se “no que há de mais moderno e bem sucedido no conceito de gestão esportiva no mundo” (BASQUETE, 2021)<sup>14</sup>. Oscar é considerado ainda o maior pontuador da história do basquete, com 49.737 pontos, superando a marca de Kareem Abdul Jabbar<sup>15</sup>. Hortência, entre seus inúmeros feitos, levou o Brasil ao mundial na Austrália em 1994 e o vice olímpico em Atlanta em 1996. A Rainha, como é chamada, é considerada a maior pontuadora de basquete pela Seleção Brasileira. São 3.160 pontos marcados em 127 partidas.

Atualmente, quatro jogadores brasileiros disputam a temporada na cobiçada NBA (liga norte-americana de basquete). Cristiano Felício, no Chicago Bulls, Bruno Caboclo, no Houston Rockets, Raulzinho, no Washington Wizards, e Didi Louzada, no Pelicans, que seguem mantendo a tradição dos atletas brasileiros no basquete

---

<sup>14</sup> Trecho extraído do site da Liga Nacional de Basquete, a associação de clubes que organiza o NBB.

<sup>15</sup> Ex-basquetebolista que atuava como pivô, amplamente considerado como um dos maiores jogadores da história do basquete americano. Kareem é o maior pontuador da história da NBA com 38.387 pontos, além de ganhar seis prêmios de MVP da liga.



americano. Fora das quatro linhas, há ainda outros representantes. Leandrinho, ex-campeão da NBA pelo Golden State Warriors, assumiu a função de preparador mental dos jogadores do ex-clubes. Tiago Splitter, ex-campeão da NBA pelo San Antonio Spurs, vai para sua segunda temporada como técnico assistente para desenvolvimento de jogadores do Brooklyn Nets. E a turma de brasileiros conta ainda com Fernando Nandes, técnico especialista em neurociência do movimento do Utah Jazz, Felipe Eichenberger, preparador físico do Denver Nuggets e Claus Souza, assistente de preparação física também na franquia do Colorado. Entretanto, o primeiro brasileiro a atuar pela liga na história foi Rolando Ferreira, em 1988, pelo Portland Trail Blazers. A NBA, além de ser uma das maiores ligas de basquete do mundo, é também uma das maiores quando se trata de esportes. Em termos financeiros, as suas receitas giraram em torno de US \$ 8,8 bilhões na última temporada (2020-2021), um aumento de 10%<sup>16</sup> em relação ao ano anterior (2019-2020). Não apenas um evento esportivo, mas uma partida da NBA é um espetáculo à parte, movimentando diversos setores da sociedade, desde o econômico até o social e político.

### 3.2 NBA

O basquete tornou-se uma das modalidades mais praticadas no mundo e principalmente nos Estados Unidos. Entre outros pontos importantes para o sucesso do esporte, o basquete desde muito cedo caracterizou-se como um jogo das áreas mais pobres da cidade e muito popular entre os afro-americanos. Essa interação entre brancos e negros, ricos e pobres, tornou o esporte apreciado pela ampla maioria da população, em um país marcado pelas questões socio-raciais, como defende Rosenblatt (2003):

O grande apelo do basquete nos Estados Unidos está no fato de que uma criança, por mais pobre que seja, poder contribuir para enriquecê-lo, e que há um mistério na forma como isso acontece. Nem o beisebol nem o futebol americano possuem o irresistível estímulo, o fascínio sincopado desse jogo no qual o corpo humano pode fazer coisas extraordinárias, desafiar a gravidade com tamanha graça. A crença no mistério é parte do lado ingenuamente belo do sonho americano, que de fato acredita que o impossível é possível.

<sup>16</sup> Dado disponível em: <https://globoesporte.globo.com/basquete/nba/noticia/avaliado-em-r-20-bilhoes-knicks-e-apontado-pela-forbes-como-o-time-mais-valioso-da-nba.ghtml>. Acesso em: 12 jun. 2021.

Essa convicção mergulha fundo no universo esportivo dos Estados Unidos. Contudo, o esporte apenas ganhou ampla evidência na década de 1940 com a profissionalização, tardia, do mesmo. Após 50 anos da sua criação, no dia 6 de junho de 1946, foi regulamentado com o surgimento da *National Basketball League* (NBA), fundada inicialmente como *Basketball Association of America* (BAA), em Nova Iorque, nos Estados Unidos, por donos de arenas de hóquei dos Estados Unidos e Canadá.

A BAA contava com 10 equipes americanas e uma canadense, organizadas em 2 divisões: *Boston Celtics*, *Chicago Stags*, *Cleveland Rebels*, *Detroit Falcons*, *New York Knickerbockers*, *Philadelphia Warriors*, *Pittsburgh Ironmen*, *Providence Steamrollers*, *St. Louis Bombers*, *Toronto Huskies* e *Washington Capitols*. Com algumas desistências, paralelamente, houve a criação da *National Basketball League* (NBL), concorrente fundada em 1948, por outras quatro equipes: *Ft. Wayne Pistons*, *Indianapolis Jets*, *Minneapolis Lakers* e *Rochester Royals*. Com um começo não tão popular, as ligas mais bem-sucedidas da época eram a BAA, seguida da NBL. Isso, então, rendeu a fusão das duas e a criação efetiva da liga mais estimada do mundo, a NBA, em 1949. Essa fusão fez com que muitas equipes deixassem de existir e outras começaram a surgir. A adição de mais seis resultou em 17 times e 3 divisões regionais, que no entanto, foram reduzidas para oito na temporada de 1954/55. Dessas oito, todas ainda estão entre as 30 franquias que hoje compõem a NBA: *New York Knicks*, *Boston Celtics*, *Minneapolis Lakers* (*Los Angeles Lakers*), *Philadelphia Warriors* (*Golden State Warriors*), *Rochester Royals* (*Sacramento Kings*), *Tricities Blackhawks* (*Atlanta Hawks*), *Fort Wayne Pistons* (*Detroit Pistons*) e *Syracuse Nationals* (*Philadelphia 76ers*).

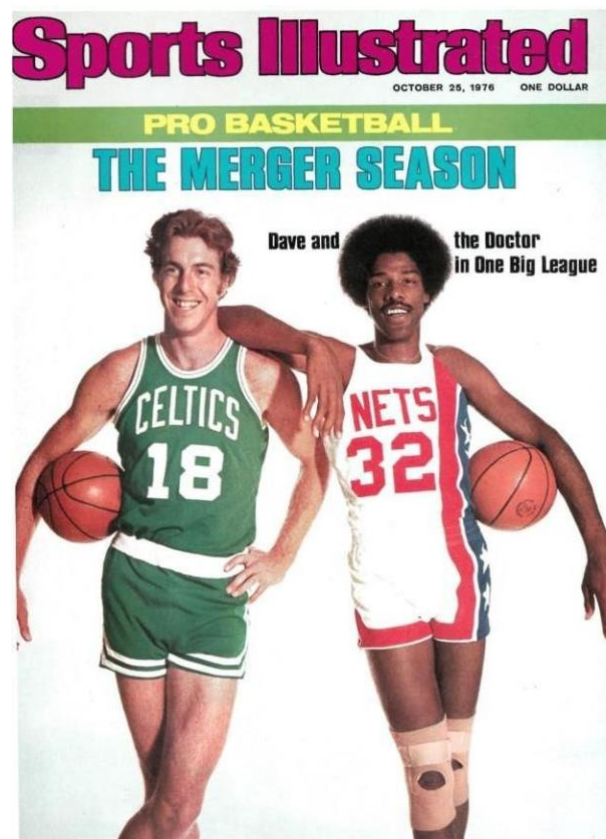
Todavia, os primeiros anos da NBA não foram fáceis até atingir a popularidade que tem hoje. A falta de público, patrocinadores e investimentos durou por muitos anos, até se estabilizar e começar a render frutos. Essa guinada veio com o protagonismo de ídolos, assim como em muitos outros esportes. O *Minneapolis Lakers*, primeiro campeão da NBA, conquistou 5 títulos entre 1949 e 1954, liderada por George Mikan, mais conhecido com *Mr. Basketball*, o primeiro grande ídolo do basquete americano. A partir do surgimento de um herói, a liga passou a atrair mais a atenção do público que agora tinha em quem se inspirar e direcionar a esperança da realização dos seus sonhos materializados em uma figura real.

Ao tratar da biografia de um esportista, enfatizamos uma diferença básica entre ídolos desse universo e de outros, como música e dramaturgia. Enquanto os primeiros freqüentemente possuem características que os transformam em heróis, os dos outros universos dificilmente carregam essas qualidades. A explicação desse fato reside no aspecto agonístico, de luta, que permeia o universo no esporte. (...) Ambos, ídolos do esporte e da música, se transformam em celebridades, porém, só os ídolos do esporte são considerados “heróis”. (HELAL, 2001, p.136)

A construção desses heróis alavancaram a NBA e depois de Mikan, surgiram nomes como Bill Russell, Elgin Baylor, Wilt Chamberlain, Bob Cousy, entre outros, e a liga tornou-se uma máquina de fabricar ídolos, utilizando a forte narrativa da identificação pessoal para cativar e prender a atenção do público para o esporte. Até que em 1967, surge a *American Basketball Association* (ABA), uma liga concorrente a NBA, que buscava apresentar um estilo de jogo mais ofensivo e atraente, introduzindo novos fundamentos ao esporte com o objetivo de proporcionar um espetáculo aos espectadores, como a linha de três pontos, *All Star Game* (jogo das estrelas), o torneio de enterradas e ataques mais ofensivos a cesta, multiplicando o número de pontos por partida. Foi na ABA que despontaram atletas como Julius Erving, o famoso *Dr. J*, e vários dos times que temos até hoje, como o *Denver Nuggets*, o *Indiana Pacers* e o *San Antonio Spurs*.

Enquanto a NBA era uma liga predominantemente defensiva e competitiva, a ABA contava com jogadores mais habilidosos e regras ousadas, contudo, mesmo com o alto apelo do público, a ausência de organização empresarial através de contratos televisivos e radiofônicos, fez com que a falta de verba e influência política não fosse o suficiente para seguir de pé. Por isso, a solução encontrada foi fundir-se à sua concorrente NBA, em 1976, levando junto as suas quatro principais equipes (*San Antonio Spurs*, *New York Nets*, *Indiana Pacers* e *Denver Nuggets*, todas na liga até hoje). A NBA, portanto, compreendeu que também deveria incorporar algumas das características de jogo da ABA, aliadas ao fator entretenimento, como as já mencionadas linha de três pontos, torneio de enterradas e o *All Star Game*, jogo das estrelas. Todas elas ainda fazem parte e estão cada vez mais enraizadas na cultura da liga.

Figura 1 - Capa da Sports Illustrated sobre a fusão das ligas em outubro de 1976



Fonte: Sports Illustrated (2021)

A fusão fez a NBA dar um salto de popularidade, mesclando o esporte com o espetáculo. A liga firmou-se com a disputa em duas conferências - leste e oeste - cada uma com 15 times, que são separados em divisões conforme localização geográfica - Atlântico, Central, Sudeste, Noroeste, Pacífico e Sudoeste. Assim, a NBA foi tomando a forma como conhecemos hoje, fortemente atrelada aos conceitos de heróis e entretenimento no esporte, e em constante adaptação às exigências do mercado e do público, customizados para atender paixões locais no mundo todo.

### 3.3 UMA LIGA GLOBAL

Ao longo dos anos, a NBA foi se estabilizando e tornando-se uma das maiores ligas norte-americanas, ao lado da NFL (futebol americano) e MLB (beisebol). Como destaca Pires (2002 p.90), essa mescla entre esporte e espetacularização resultou em grandes ganhos financeiros tanto para os meios de comunicação, quanto para as organizações envolvidas:

Atualmente, o esporte parece ser o parceiro preferencial da espetacularização na mídia televisiva porque oferece, em contrapartida, o show já pronto. O cenário, o roteiro, os atores, os espectadores e até os (tele) consumidores estão antecipadamente garantidos, o que facilita a sua transformação em produto facilmente comercializado/consumido em escala global.

Seguindo a lógica econômica americana, o basquete virou um esporte altamente lucrativo e na metade do século XX, o público começou a lotar os estádios e o desporto passou a ocupar cada vez mais espaço nos meios de comunicação. Incorporando estratégias de mídia, aliadas à fusão com a ABA, a NBA investiu na captação do público com intuito de atender às suas demandas. Como defende Betti (1997, p. 33): “Elemento-chave nessa transformação foi a figura do espectador, esse indivíduo que está disposto a pagar para assistir a uma competição esportiva, e assim financiar o sistema comercial do esporte”. E o espectador foi, de fato, fundamental para o aumento das receitas da liga, eles financiaram o crescimento exponencial da NBA. A narrativa do entretenimento ficou mais forte, contando ainda com a formação de novos super astros internacionais. Os principais jogadores foram vistos desde o início como produtos de marketing, capazes de angariar fãs em todos os continentes como Kareem Abdul-Jabbar, Larry Bird, Magic Johnson e Michael Jordan. Este último foi o principal atleta dos anos 1990 e contribuiu para a popularidade da liga em escala global, participando de quatro filmes para o cinema e elevando o conceito de esporte e espetáculo a um novo nível, pois todos queriam “Ser como Mike”.<sup>17</sup> A NBA percebeu, então, que precisava dar mais ao público do que apenas o jogo dentro da quadra, o evento esportivo tornou-se um show, em todos os âmbitos.

A NBA não poupa esforços para oferecer entretenimento a seu público. Ir a um jogo da liga norte-americana de basquete é ver o jogo, mas também é consumir nas lojas, nas lanchonetes, participar de promoções, acompanhar desafios em quadra, assistir aos mascotes e às cheerleaders... (UOL, 2016).

Dessa forma, as partidas transformaram-se em um evento familiar para todas as idades, intensificando a cultura do *matchday*, que visa aumentar a renda gerada pelas atividades que envolvem o jogo. De acordo com um estudo realizado em 2019 pela empresa *Sports Value*, o mercado esportivo mundial movimentou US\$ 50 bilhões (R\$ 191 bilhões) anualmente com "*matchday*" - bilheteria, *naming rights*, shows,

---

<sup>17</sup> A Gatorade criou o lendário comercial "Be Like Mike", mesclando cenas exclusivas e imagens de jogo do famoso "Air Jordan". O filme foi lançado em 1992.

eventos, camarotes, restaurantes, projetos de sócio-torcedor - em estádios, arenas e complexos esportivos. Desse valor, 51% são gerados apenas nos Estados Unidos com ligas como MLB (beisebol), NHL (hóquei), NFL (futebol americano) e NBA (basquete), que figura na quarta posição mundial.

Figura 2 - Tabela com ranking das ligas com maiores receitas com matchday em 2019

RECEITAS COM MATCHDAY (EM US\$ MILHÕES)		
POSIÇÃO	LIGA	RECEITA
1	MLB	2.256
2	NFL	1.400
3	NHL	1.089
4	NBA	1.011
5	PREMIER LEAGUE	718
6	LA LIGA	544
7	BUNDESLIGA	504
8	MLS	296
9	SÉRIE A (ITÁLIA)	217
10	SÉRIE A (BRASIL)	200

Fonte: Sports Value (2019)

Ou seja, o torcedor não paga somente pelo ingresso, mas desde o momento em que está em casa e assina a TV a cabo para manter-se informado sobre os fatos que antecedem a partida. Já durante o jogo, a interação com o espectador é constante, o espetáculo começa logo com a chamada dos times para quadra, nos intervalos com desafios que envolvem pessoas da plateia, além da distribuição de itens da franquia, música, apresentações e uma outra série de ações para deixar tudo mais interativo. O som da arena funciona como a trilha sonora do jogo com músicas que acompanham o time para o ataque, incentivam a defesa e tudo acompanhado de imagens cinematográficas. Após a partida, as redes sociais dos times atualizam as páginas com diversos conteúdos para o seu torcedor. Tudo isso valoriza muito a audiência. E não é necessário falar que quanto mais pessoas assistem, mais a liga ganha e mais o esporte cresce.

Claro que também vale ressaltar a intensa venda de produtos licenciados da liga, já são oito lojas em solo brasileiro. A principal loja oficial é sediada na cidade de Nova Iorque, na quinta avenida, e proporciona uma experiência única da NBA. O espaço possui aproximadamente 3500 m<sup>2</sup> - três andares - , além de 50 metros de rampa estilizada, meia quadra de basquete e uma série de equipamentos multimídias que incluem máquina de jogos, video-game, parede interativa e diversos televisores espalhados pela loja com imagens de partidas da NBA. Mesmo parecendo secundário, a loja também vende produtos oficiais que vão desde souvenirs até camisas usadas pelos jogadores.

Com o poder de uma gestão empresarial extremamente organizada, a NBA tornou-se um negócio bilionário que evolui a cada dia. Hoje, cada uma das 30 equipes da NBA vale cerca de US\$ 1,9 bilhão e o time mais valioso é o New York Knicks, cotado em US\$ 5 bilhões, com um crescimento de 9%, mesmo sem ganhar um título há 47 anos. (OZANIAN, 2021). O engajamento não é apenas nos Estados Unidos, mas de maneira consistente ao redor do globo, e esse processo de internacionalização ajudou muito no crescimento do negócio. Para aumentar o interesse, adotou-se uma estratégia inteligente: atrair estrangeiros para o campeonato. Na temporada 2019/2020, por exemplo, houve a representação de 38 nações diferentes, com 108 atletas internacionais, em todas as 30 franquias, entre eles, astros como Giannis Antetokounmpo (Milwaukee Bucks/Grécia) - eleito há três anos seguidos *MVP*<sup>18</sup>-, Goran Dragic (Miami Heat/Eslovênia), Kyrie Irving (Brooklyn Nets/Austrália) e Dirk Nowitzki (Mavericks/Alemanha).

Além disso, a televisão é uma indiscutível aliada para a expansão dos negócios da NBA. Atualmente, as partidas são exibidas para 215 países, em 50 línguas diferentes. Somente no Brasil, em 2019, as finais da NBA, temporada 2019/2020, que aconteceram entre 30 de setembro e 11 de outubro, registraram recordes de audiência para a Bandeirantes, na TV aberta, e ESPN, na TV fechada, emissoras que detinham os direitos de transmissão das finais no país. A ESPN liderou a audiência da TV paga em quatro das seis partidas da decisão da liga de basquete entre Los Angeles Lakers e Miami Heat, tendo um aumento de 32%<sup>19</sup> na sua audiência. A emissora, que transmitiu a temporada completa com 170 partidas, ainda quebrou outra marca no

---

<sup>18</sup> O prêmio de MVP (Most Valuable Player) é dado anualmente pela liga norte-americana ao jogador que é considerado o mais importante da liga através de votação.

<sup>19</sup> Dados disponíveis em: <https://bit.ly/3mrtpmB>. Acesso em: 07 abr. 2021

digital, com o maior número de acessos no conteúdo da liga na plataforma de *streaming WatchESPN* e no portal *ESPN.com.br*. Os dados provaram ainda mais a popularidade da liga fora do seu país sede.

“A pesquisa mais recente encomendada pela NBA, este ano, indica mais de 41 milhões de brasileiros como fãs de NBA no país, dobrando o número da pesquisa de 2017, quando esse número era de 21 milhões de fãs da liga. Esse número é maior do que a população de Canadá e Austrália” (VICENTINI, 2020).

Contudo, alguns dos fatores que intensificaram essa internacionalização vieram ainda na década de 1980 com o triunfo no estilo de marketing adotado pela liga para sustentar suas bases de fãs em diversos territórios. Além de explorarem a rivalidade entre Boston Celtics e Los Angeles Lakers, a chegada de Jordan na liga prosperou o interesse internacional, bem como o *dream team* em 1992. A Seleção americana, que ficou conhecida como “time dos sonhos”, durante as Olimpíadas daquele ano, foi crucial para alavancar a visibilidade da NBA no mundo. Após vencerem todas as partidas com uma diferença média de 43 pontos, os atletas serviram como garotos propaganda da liga e as federações nacionais de basquete no exterior aproveitaram a onda de popularidade do esporte. Dessa forma, o basquete estava preparado para o sucesso em muitas partes do mundo, mas precisava apenas da narrativa de heróis, estrelas e um forte condutor, no caso, a NBA, para tornar-se um fenômeno verdadeiramente global.

### 3.3 UM JOGO, MUITOS PRODUTOS

Além da cultura do *matchday* já citada, a NBA é uma das ligas mais inteligentes estrategicamente ao usufruir do marketing para alavancar receitas e visibilidade da liga. O espetáculo não se restringe ao jogo e tudo que ele pode oferecer, mas também aos inúmeros produtos que dele derivam e podem ser ofertados ao público. O posicionamento de marca da NBA é uma aula de *branding*<sup>20</sup> no cenário esportivo, pois além de ter propósitos e valores bem definidos busca conquistar espaço em

---

<sup>20</sup> Branding é o conjunto de ações alinhadas ao posicionamento, propósito e valores da marca. O objetivo do branding é despertar sensações e criar conexões conscientes e inconscientes, que serão cruciais para que o cliente escolha a sua marca no momento de decisão de compra do produto ou serviço.



diversos segmentos do mercado com objetivo de alcançar cada vez mais públicos de diferentes áreas. A liga busca fazer com que os torcedores tenham uma experiência única e memorável, seja nos ginásios ou por meio das transmissões, adotando um estilo de vida, que vai além do entretenimento e informação. Essas práticas auxiliam na criação de valor além do produto, explorando uma personalidade para a marca através da criação de significados e símbolos.

Da noite para o dia, “Marcas, não produtos!” tornou-se o grito de guerra de um renascimento do marketing liderado por uma nova estirpe de empresas que se viam como “agentes de significado” em vez de fabricantes de produtos. O que mudava era a ideia de o que – na publicidade e na gestão de marcas – estava sendo vendido. Segundo o velho paradigma, tudo o que o marketing vendia era um produto. De acordo com o novo modelo, contudo, o produto sempre é secundário ao verdadeiro produto, a marca, e a venda de uma marca adquire um componente adicional que só pode ser descrito como espiritual. A publicidade trata de apregoar o produto. O branding, em suas encarnações mais autênticas e avançadas, trata da transcendência corporativa. Parece meio insólito, mas é exatamente essa a questão. (KLEIN, 2002, p. 45)

A interação tornou-se o principal fator de desenvolvimento para a NBA. Ao longo dos anos, a liga seguiu adaptando a sua marca ao consumidor, buscando fortalecer conexões conscientes. O que a NBA faz é entender o estilo de vida da maioria de seus fãs/consumidores e assim criar um estilo de vida que as pessoas pensem, sintam e ajam a favor da marca. (SILVA, 2010, p. 35).

Começando pela força das franquias, um dos maiores exemplos disto são os uniformes “*City edition*” que são lançados todo ano no início da temporada desde 2017. A fabricante de materiais esportivos Nike assinou um contrato com a liga de aproximadamente US\$ 1 bilhão para produzir estas roupas especiais por oito anos, segundo o site Globo<sup>21</sup>. Diferentes dos uniformes tradicionais, buscam representar a cultura local de cada franquia e conseqüentemente homenagear os seus fãs, servindo como uma espécie de terceira opção para uso nas partidas. De acordo com posicionamento da própria Nike, os uniformes são para “aqueles que, 41 vezes por ano, fazem uma peregrinação na arena local e cujas paixões ajudam a definir a identidade de cada equipe<sup>22</sup>”. Quanto aos elementos de design, “Os uniformes Nike NBA City Edition representam *insights* e emoções das quadras para as ruas das

<sup>21</sup> Disponível em: <https://glo.bo/322UhzO/> Acesso em: 09 abr. 2021.

<sup>22</sup> Cada um dos times da liga joga ao todo 82 jogos na temporada regular. São 41 jogos em casa e 41 jogos fora.

idades, na busca de uma maneira única de capturar cada equipe e sua cidade de uma maneira que respeite o passado e presente dos clubes, ao mesmo tempo que os posiciona para o futuro ". Na temporada 2020-2021, o traje da franquia Atlanta Hawks homenageia Martin Luther King, pastor e ativista político que nasceu na capital do estado da Geórgia. Já o Chicago Bulls tem seu uniforme baseado na arquitetura *Art Déco*, que domina os edifícios da cidade de Chicago, incluindo o próprio *United Center*, etc. Entre outras coisas, esse tipo de produto gera muito valor para a marca da franquia e, por isso, a NBA dá o devido destaque para esses uniformes. Bem como, a forte cultura *sneakerhead* que se solidificou na liga.

O início deste movimento aconteceu a partir de meados dos anos 80, com a influência do hip-hop que introduziu a tendência de utilizar tênis esportivos, principalmente de basquete, no cotidiano. A adesão por figuras importantes do cenário musical causou impacto nos jovens de periferia, que viam no hip-hop a identidade que até então não haviam encontrado. A faísca para o sucesso dos *sneakers* teve início com os *converses* dos astros Julius Erving e Larry Bird, contudo, foi a parceria entre Nike e Michael Jordan que revolucionou este cenário.

O *Air Jordan 1* modificou a forma de produzir, vender, usar e consumir um tênis. A marca tornou-se um fenômeno na cultura das ruas e um item de desejo de todos os jovens. Ter um Jordan significa fazer parte de um grupo e chegar mais próximo do melhor jogador de todos os tempos. A NBA então aproveitou o sucesso da cultura sneaker para promover-se ainda mais no cenário financeiro e social. Atualmente é raro o atleta que não conta com uma linha própria de produtos, em especial, os tênis de basquete. É o caso de LeBron James, com o Nike LeBron, e Stephen Curry, com o *Under Armour Curry*.

Outro produto oferecido é o *NBA League Pass*, plataforma de *streaming* oficial da liga, que permite que os assinantes possam assistir aos jogos que não são transmitidos na televisão, resultando em mais de 1.230 partidas durante toda temporada, incluindo *Playoffs* e Finais. A funcionalidade surgiu em 1994, nos Estados Unidos, como uma forma de consolidar a marca que vinha em franca expansão. Na temporada 2011/2012 foi criado o *NBA League Pass Broadband*, que oferece o serviço para vários países através de conexão de alta velocidade com a internet, depois o *NBA League Pass Mobile*, para aparelhos celulares, quebrando barreiras geográficas e físicas. O serviço mantém ainda a oferta de pacotes especiais como o '*NBA Single Game*' ('NBA Jogo Único') e o "*NBA Team Choice*" ('NBA Escolha a

Equipe'), disponível para todos os 30 times, que dá a possibilidade dos fãs personalizarem seu conteúdo e seguirem seu time acompanhando os seus jogadores favoritos durante toda a temporada. O acesso é liberado em várias plataformas, como computadores, tablets e celulares (iPhone e iPad e Android), assim como em dispositivos conectados como *Apple TV*, *Android TV*, *Chromecast* e *PlayStation*. De acordo com site oficial<sup>23</sup> da liga americana de basquete, o serviço é descrito da seguinte forma:

NBA League Pass é um pacote de temporada regular que oferece aos assinantes com jogos de fora da sua área de visualização local. Você está em uma cidade, enquanto o seu time favorito ou jogador está em outro? Ou você é um super fã que quer ver o melhor jogo da noite? Não perca um minuto de ação NBA ao vivo! Agora, com mais opções de transmissão de jogos de emissores de equipe em casa e fora, vários idiomas e influenciadores para jogos selecionados. Mantenha-se informado com cobertura 24 horas por dia, 7 dias por semana, incluindo análise de jogos, análises comerciais e muito mais. Perdeu o jogo ao vivo? Experimente replays de jogos condensados para ficar por dentro dos melhores momentos do jogo. Agora disponível com qualquer assinatura do League Pass

Com opções para diversos países, inclusive o Brasil, o serviço conta ainda com narrações locais de uma equipe formada por brasileiros, além de conteúdos exclusivos com estatísticas, fotos, gráficos e etc. Para facilitar ainda mais aos fãs, a empresa de telecomunicações VIVO fechou uma parceria com a NBA para garantir descontos para que os assinantes possam assistir ao *NBA League Pass* pela metade do preço, além de oferecer promoções de ingressos para os *playoffs*. O contrato foi assinado pela primeira vez em 2017 e renovado por tempo indeterminado em 2020, estendendo ainda mais a influência da liga do país. Outro ponto alto é o canal oficial no youtube da liga. A partir desta temporada, 2020-2021, o canal da NBA no Brasil passou a transmitir jogos em parceria com a marca de cerveja *Budweiser*. O primeiro jogo exibido pelo canal foi a partida entre *Golden State Warriors* e *Chicago Bulls* e contou com 482 mil visualizações<sup>24</sup>, números impressionantes para uma estreia. As partidas seguintes, todas, contam com mais de 100 mil visualizações.

Todavia, a importância da NBA vai além dos produtos que oferece, pois contribui também em fatores sociais e políticos para a sociedade. A liga, conhecida por ser a mais política das ligas nos Estados Unidos, aproveita os seus holofotes

---

<sup>23</sup> Disponível em: <https://www.nba.com/>.

<sup>24</sup> Dado disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oC5gAbz0JC8>.

mundiais para trazer à tona questões de debate fundamentais, como é o caso do racismo. Embora o ativismo já exista há décadas na NBA, foi nos últimos anos que ganhou ainda mais força sendo fomentado através dos grandes ídolos que transcendem os limites esportivos. Segundo levantamento<sup>25</sup> feito em 2019 pelo ativista de direitos humanos, Richard Lapchick, ao menos 80% dos jogadores da NBA são negros.

Durante a paralisação da temporada 2019-2020 devido a pandemia do coronavírus, o mundo viu jogadores importantes da liga como LeBron James, Giannis Antetokounmpo, Russell Westbrook, entre outros, irem às ruas protestar contra o assassinato de George Floyd, um cidadão afro-americano vítima da violência policial. A onda de protestos gerou ainda debates acerca da representatividade preta nas franquias e em cargos de poder dentro da liga, dos 30 donos das franquias, apenas um é negro - Michael Jordan, proprietário do Charlotte Hornets. Em meio a isso, os dirigentes organizaram o retorno das partidas em uma bolha sanitária estrategicamente montada no complexo *Disney*, em Orlando, na Flórida. Por parte dos atletas, a iniciativa gerou embate por acreditarem ser uma forma de abafar a luta por igualdade, mas convencidos a voltar a jogar, não deixaram de manifestar-se e aproveitaram o espaço como palco para a luta antirracista. O lema *Black Lives Matter*, vidas negras importam, esteve presente durante todas as partidas, camisetas com mensagem impactantes como *"I can't breathe"* ("Não consigo respirar"), frase dita por Floyd enquanto era morto por um policial branco, e os joelhos no chão enquanto o hino era executado, assim como o famoso *quarterback* da NFL Colin Kaepernick em 2016, que disse na época: "Não vou me levantar para mostrar orgulho por uma bandeira de um país que oprime os negros e as pessoas de cor", foram marcas importantes na temporada.

Figura 3 - Protestos antirracistas na NBA, temporada 2019-2020

---

<sup>25</sup> Dado disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/protestos-contr-o-racismo-na-nba-evidenciam-forca-politica-de-jogadores/>



Fonte: NBA (2020)

Tudo isso aliado ao histórico movimento de boicote durante os playoffs. Atletas do Milwaukee Bucks não entraram em quadra diante do Orlando Magic e paralisaram a NBA. A decisão veio após Jacob Blake, um homem negro de 29 anos, ser alvejado com sete tiros pelas costas por policiais brancos em Kenosha, no estado de Wisconsin. Direto do vestiário, o atleta Sterling Brown, também vítima de violência policial, leu um comunicado denunciando o racismo das forças de segurança nos EUA, representando os jogadores da franquia que justamente está localizada em Wisconsin.

Os últimos quatro meses lançaram luz sobre as injustiças raciais em curso que as comunidades afro-americanas enfrentam. Cidadãos de todo o país têm usado suas vozes e plataformas para se manifestar contra esses delitos. Apesar do apelo esmagador por mudança, não houve nenhuma ação. Nosso foco hoje não pode estar no basquete. Estamos pedindo justiça para Jacob Blake e exigindo que os oficiais sejam responsabilizados. Para que isso ocorra, é imperativo que o Legislativo do Estado de Wisconsin se reúna após meses de inação e tome medidas significativas para tratar de questões de responsabilidade policial, brutalidade e reforma da justiça criminal. Incentivamos todos os cidadãos a se educarem, a tomarem medidas pacíficas e responsáveis e a se lembrarem de votar em 3 de novembro. (BUCKS, 2020).

O protesto, por sua vez, ganhou apoio do sindicato dos atletas e da associação de técnicos da NBA. LeBron James e outros astros também se manifestaram, e a fúria gerada pelos Bucks impactou a liga. A NBA e o sindicato dos jogadores se uniram para investir cerca de 300 milhões de dólares nos próximos 10 anos com intuito de ajudar comunidades negras. Além disso, as jogadoras da *Women's National*

*Basketball Association (WNBA)*, liga profissional de basquete feminino dos EUA, também contribuíram para o fortalecimento do boicote. Em forma de protesto, elas usaram camisetas brancas com alusão às marcas dos tiros contra Jacob Blake e reuniram-se no centro da quadra para ficarem de joelhos. Os atletas, de ambas as ligas, movimentaram ainda o cenário político incentivando a população a votar nas eleições presidenciais de 2020 nos EUA, que elegeram o democrata Joe Biden. Estes são apenas alguns exemplos das inúmeras ações que envolvem o basquete norte-americano em debates políticos-sociais ao longo dos anos, que ocorrem desde a época de Bill Russell, Wilt Chamberlain e Kareem Abdul-Jabbar, demonstrando o alto valor agregado à organização.

Desta forma, desde o seu surgimento em 1891, o basquete tornou-se um dos esportes mais importantes do mundo em quesitos econômicos e sociais, movimentando milhões de pessoas em seu ambiente esportivo. Atualmente ganhou espaços enormes nas coberturas dos veículos de comunicação e cada vez mais profissionais se dedicam a produção de conteúdo para a modalidade. O Brasil foi um dos primeiros países a aderir a prática, em 1894, e ganhou milhares de adeptos nos últimos anos. Mas o esporte só deu um salto de visibilidade com a criação de uma das ligas mais poderosas do mundo, a NBA. Dali saíram e saem ídolos que ultrapassam as quatro linhas das quadras e causam impactos reais na sociedade, como Kareem Abdul-Jabbar, Larry Bird, Magic Johnson, Michael Jordan, Kobe Bryant, Dwyane Wade e LeBron James.

A NBA é um dos maiores negócios do entretenimento esportivo mundial, presente em 215 países para mais de 50 idiomas. Aliada a estratégias de *branding marketing*, a internacionalização da liga aconteceu com a presença, cada vez mais forte, de atletas estrangeiros. Hoje, representa um componente importante em escala global tornando-se uma máquina de fabricar produtos e comercializar um estilo de vida aos fãs, sendo ainda uma das mais politizadas no território americano e fomentando discussões necessárias acerca de problemas políticos e sociais. Contudo, a liga só viu seu patamar evoluir após a década de 90, quando um jovem da Carolina do Norte despontou no basquete profissional. Michael Jordan tornou-se um dos maiores atletas de todos os tempos e foi fundamental por tornar a NBA um produto mais atrativo e de consumo mundial.

#### 4. MICHAEL JORDAN

A NBA constituiu sua história baseada na formação de ídolos. Com sua imagem atrelada a um forte marketing por parte da liga, são figuras importantes para o sucesso e a visibilidade do esporte e conseqüentemente da própria NBA. A sociedade valoriza o vencedor, a vitória, a ascensão, impondo um padrão de comportamento que reconhece o mais forte e o mais habilidoso. Aquele que chegar ao topo servirá como exemplo para os demais (RUBIO, 2001). Sendo assim, a construção da narrativa dos heróis é fundamental para promover uma marca e conquistar adeptos no mundo todo criando uma relação de admiração e identificação com o público.

Uma das pessoas mais importantes para a consagração da marca NBA foi o ex-jogador Michael Jordan, sobretudo nos anos 90. Considerado um dos maiores esportistas de todos os tempos, o ala-armador, formado na Universidade da Carolina do Norte teve três passagens pela liga: entre 1984 e 1993 e entre 1995 e 1998, ambas pelo Chicago Bulls, e entre 2001 e 2003, pelo Washington Wizards. Na carreira, conquistou seis campeonatos pela franquia de Chicago, além do bicampeonato olímpico com a Seleção Americana, que ficou conhecida como o *Dream Team*, em 1992, cinco prêmios de MVP da temporada regular, seis vezes MVP das finais e dez vezes o cestinha da liga, e em sete delas de maneira consecutiva. (HALBERSTAM, 2013). A sua contribuição para popularização da liga pelo planeta foi fundamental para que ela atingisse o status que possui atualmente, além de alavancar os conceitos de entretenimento, espetáculo e esporte na cultura pop americana e global. Atualmente, MJ é também um dos principais empreendedores no âmbito esportivo, sendo o maior acionista da franquia Charlotte Hornets, uma das 30 que disputam a NBA, e também sócio minoritário do Miami Marlins, time da liga de beisebol. Além disso, Jordan tem participação ativa na sua marca *Air Jordan*, a terceira linha de produtos mais vendida da Nike. Ele investe ainda no mercado dos jogos eletrônicos, em uma marca de fone de ouvido e em uma marca de tequila. A sua fortuna é estimada em 2,1 bilhões de dólares (BADENHAUSEN, 2020). Com uma vasta carreira que o coloca na história do esporte, a mídia tem um papel central na formação de sua imagem. Este capítulo debate a trajetória do atleta desde o seu início no basquete até a consagração da sua marca *Air Jordan*.

## 4.1 ELE

Mas afinal, quem é Michael Jordan? Michael Jeffrey Jordan nasceu no Brooklin, no estado de Nova York, no dia 17 de fevereiro de 1963. Ainda na infância, mudou-se com a família para Wilmington, na Carolina do Norte, onde deu seus primeiros passos no basquete. Incentivado pelo pai a praticar esportes, Jordan teve experiências no futebol americano e no beisebol, mas foi com a bola laranja em mãos que encontrou a sua verdadeira vocação. Coursou o colegial na *Emsley A. Laney*, entretanto, foi rejeitado na sua primeira tentativa de entrar para a equipe de basquete do colégio por ser muito pequeno. (HALBERSTAM, 2013). Após trabalhar duro para crescer 10 cm, foi aceito e passou a defender a escola nas quadras, chegando a ser selecionado para o *McDonald's All American Team*<sup>26</sup>. Completando o ensino médio, o jogador foi recrutado por vários programas universitários de basquete, mas optou pela Universidade da Carolina do Norte, onde em 1981, recebeu uma bolsa de estudos para cursar Geografia. Logo no ano seguinte em que ingressou na equipe, em 1982, marcou a cesta que deu o título da NCAA, o principal torneio universitário dos EUA, ao time diante da equipe de Georgetown, liderada pelo futuro rival na NBA, Patrick Ewing. No fim da campanha, conquistou os troféus *Naismith* e *Wooden* de melhor atleta da temporada. Nessa fase já utilizava o número 23 na camiseta, que posteriormente ficaria famoso no mundo.

Após dois anos, Jordan já era um dos jogadores a ser escolhido no *draft*<sup>27</sup> da NBA de 1984, mas surpreendentemente não foi draftado na primeira escolha. As franquias Houston Rockets e Portland Trail Blazers estavam precisando de pivôs para a temporada, então, selecionaram Hakeem Olajuwon e Sam Bowie, respectivamente. O craque, enfim, foi escolhido pelo Chicago Bulls na terceira posição e era oficialmente um atleta da liga. Foi ainda em 1984 que a NBA ganhou um novo presidente. David Stern, que já era conselheiro do comissário Larry O'Brien, assumiu definitivamente o comando da liga e adotou uma série de medidas para transformar o campeonato em um produto atrativo.

---

<sup>26</sup> O McDonald's All-American Game é um evento anual, realizado desde 1977, que reúne os melhores atletas americanos e canadenses do basquete colegial. Eles são divididos em dois times (Leste e Oeste) e disputam uma partida patrocinada pela famosa rede de fast food.

<sup>27</sup> O draft da NBA é um evento anual em que as equipes selecionam jogadores de faculdades americanas e ligas profissionais internacionais para participar de suas listas. Quando um time seleciona um jogador, ele tem o direito exclusivo de contratá-lo para um contrato da NBA.



A primeira temporada de Jordan foi em 1984-1985, terminando em 7º lugar da liga. Jordan foi escolhido o calouro do ano e mais que isso, deu início a era da maior marca de tênis da Nike, *Air Jordan*. No verão de 1984, contra sua própria vontade, mas atendendo a um pedido feito por sua mãe, MJ vai a uma reunião com a ainda jovem marca esportiva, Nike. O atleta acaba gostando da proposta e torna-se o primeiro atleta negro a ser a imagem da marca. A estratégia de marketing da empresa era simples, pegar um atleta do esporte coletivo e individualizá-lo, diferentemente do que acontecia até então, onde as propagandas com atletas da NBA eram em conjunto. (THE LAST DANCE, 2020). A Converse era a marca que patrocinava a NBA no momento. A Nike desenvolve, então, uma linha de tênis inspirada em Jordan com uma nova tecnologia no solado chamada sola de ar: *Air Jordan*, como ficaram conhecidos os produtos. Além de Michael já ter começado ganhando US\$250 mil, em um ano foram vendidos 126 milhões de exemplares, multiplicando as expectativas. (THE LAST DANCE, 2020). O primeiro tênis teve seu design em preto e vermelho, quebrando protocolos de vestuário impostos pela NBA na época: todos os jogadores deveriam usar tênis brancos em quadra. *Air Jordan* revolucionou a cultura norte-americana e passou a ser objeto de desejo de jovens e adultos.

Na sua segunda temporada profissional, em 1985-1986, Jordan participou apenas de 18 jogos, pois fraturou um osso do pé esquerdo, por isso, retornou a universidade e se formou no curso de geografia. Recuperado a tempo de participar dos *playoffs*, estabeleceu o recorde de 63 pontos, 6 assistências, 5 rebotes, 3 roubos de bola e 2 tocos<sup>28</sup>, no jogo 2, em pleno *Boston Garden*<sup>29</sup>, onde Larry Bird proferiu a icônica frase: "Acho que é Deus disfarçado de Michael Jordan". Mesmo assim o Bulls foi derrotado pelos Celtics, equipe que terminou campeã naquele ano.

Já na temporada 1986-1987, Doug Collins assumiu o comando da equipe e, contando com o desenvolvimento de Michael Jordan, conseguiu fazer uma campanha bastante superior à do ano anterior, chegando à primeira fase dos *playoffs*, mas novamente derrotado para o Boston Celtics por 3 a 0. Porém, Jordan brilhou e em 82 partidas, atingiu médias de 37.1 pontos (melhor da liga no quesito e melhor pontuação da carreira), 5.2 rebotes, 4.6 assistências, 2.9 roubos de bola (2º melhor) e 1.5 toco

---

<sup>28</sup> Dados disponíveis em: <https://bit.ly/32Ewzdt>, acesso em: 23 abr. 2021.

<sup>29</sup> Arena da franquia Boston Celtics, localizada em Boston, capital e a maior cidade de Massachusetts.

por jogo<sup>30</sup>, tornando-se o único atleta, depois de Wilt Chamberlain, a marcar 3.000 pontos em uma temporada. MJ foi convocado para o *All Star Game* pela terceira vez em três anos de carreira profissional e venceu o campeonato de enterradas do evento, além de ser selecionado para o time da NBA.

A temporada de 1987-88 ficou marcada pelas conquistas individuais do astro, o início de uma das maiores rivalidades da NBA entre Bulls e Detroit Pistons, além da chegada de Scottie Pippen ao time. Jordan conquistou os prêmios de MVP da temporada, MVP do *All-Star Game* e Melhor Defensor, sendo o primeiro da história da NBA a ser eleito tanto o MVP quanto o Melhor Jogador de Defesa de uma mesma temporada. Em 1988-1989, mais uma vez MJ liderou a liga em pontos e o Bulls avançou para as finais da Conferência Leste, mas foi derrotado para os Pistons.

Entretanto, na temporada de 1989-1990 começa a virada de chave para a franquia e especialmente para a carreira de Michael Jordan, o lendário técnico Phil Jackson assume o comando da equipe. Ainda em processo de construção do trabalho e o implemento do famoso triângulo ofensivo<sup>31</sup>, a franquia foi novamente derrotada pelos Pistons, após o que ficou conhecido como “Regras do Jordan”<sup>32</sup>. Em 1990-1991 a história muda. A temporada é marcada pela vitória diante do Detroit Pistons, lembrada também pela cena onde Isiah Thomas supostamente, levou seu time para fora da quadra, antes do minuto final, para que os atletas do Detroit não apertassem as mãos dos jogadores do Bulls, forma tradicional de cumprimentar a equipe vencedora. (THE LAST DANCE, 2020).

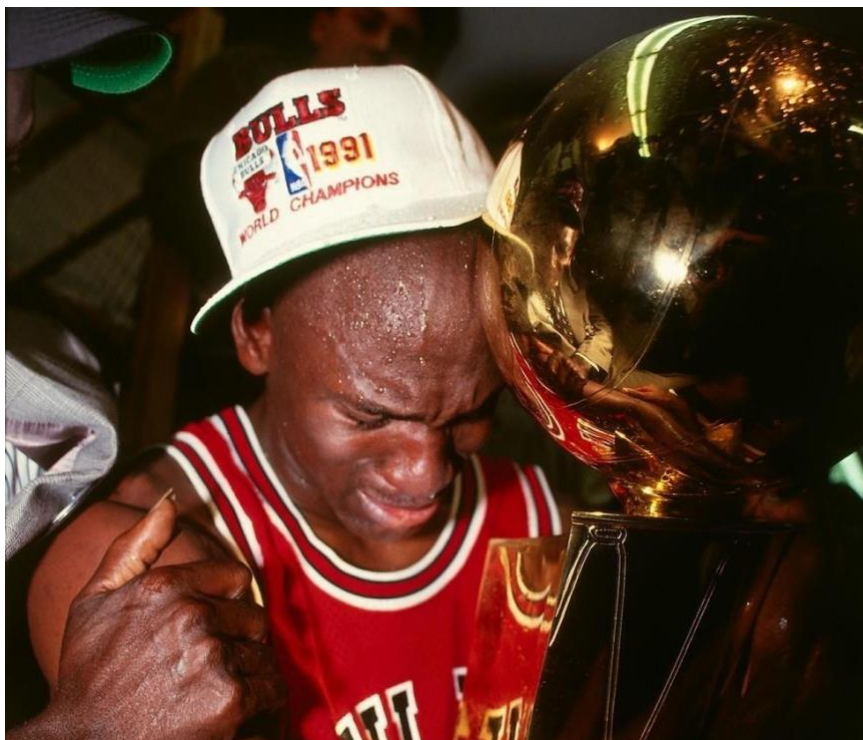
Além disso, as finais foram marcadas pelo tão esperado encontro entre a estrela em ascensão e Magic Johnson. Em uma sequência de jogos disputada, Chicago Bulls consegue o feito inédito de ser a primeira (e única) equipe a vencer os 3 jogos realizados fora de casa numa final de NBA e conquista o primeiro título da franquia e o primeiro da carreira de Jordan. Foi o início de um reinado de títulos que marcou a década de 90.

Figura 4 - Michael Jordan abraçado ao primeiro troféu da NBA de sua carreira

<sup>30</sup> Dados disponíveis em: <https://bit.ly/3g190nf>, acesso em: 12 abr. 2021.

<sup>31</sup> O triângulo ofensivo é uma das táticas mais vencedoras da história da NBA. Com este estilo de jogo, Phil Jackson ganhou onze anéis de campeão como técnico. A jogada é uma combinação de espaçamento com séries de ações baseadas sobretudo em leituras feitas pelos próprios jogadores.

<sup>32</sup> Os Pistons precisavam deter MJ a qualquer custo, então, o técnico Chuck Daly estrategicamente definiu que: Jordan deveria ser marcado por dois jogadores em todos os momentos que estivesse com a bola em mãos e tentasse infiltrar no garrafão para marcar.



Fonte: Andrew D. Bernstein/NBAE (2020)

Na oitava temporada, 1991-1992, veio o bicampeonato diante do Portland Trail Blazers. Mais uma vez, Jordan ganhou o prêmio de MVP – tanto da temporada regular quanto das finais, entretanto, a vida de MJ ficou ainda mais sob os holofotes após o lançamento do livro *“The Jordan Rules”*, regras do Jordan, em alusão a estratégia de marcação dos Pistons. Escrito pelo jornalista norte-americano Sam Smith, setorista do Chicago Bulls na época, a obra dá detalhes dos bastidores do primeiro título do Bulls e da carreira do astro. O livro gerou muita polêmica por compartilhar alguns episódios que demonstravam momentos de egoísmo e nervosismo de MJ, como sua teimosia e relutância em obedecer o sistema do técnico Phil Jackson, quando deu um soco em seu companheiro Will Perdue e a sua tática de deliberadamente tentar passes impossíveis para Bill Cartwright, para que o pivô não conseguisse segurar a bola e parecesse ser um péssimo jogador. Na mesma temporada, MJ se destaca com o *dream team*, Seleção americana de basquete, junto aos astros Charles Barkley, Magic Johnson, David Robinson, Larry Bird, Karl Malone, Patrick Ewing, entre outros, e conquista a medalha de ouro nos Jogos Olímpicos de 1992, em Barcelona, seu bicampeonato olímpico. O primeiro foi conquistado no ano da sua estreia na NBA, 1984. (HALBERSTAM, 2013).

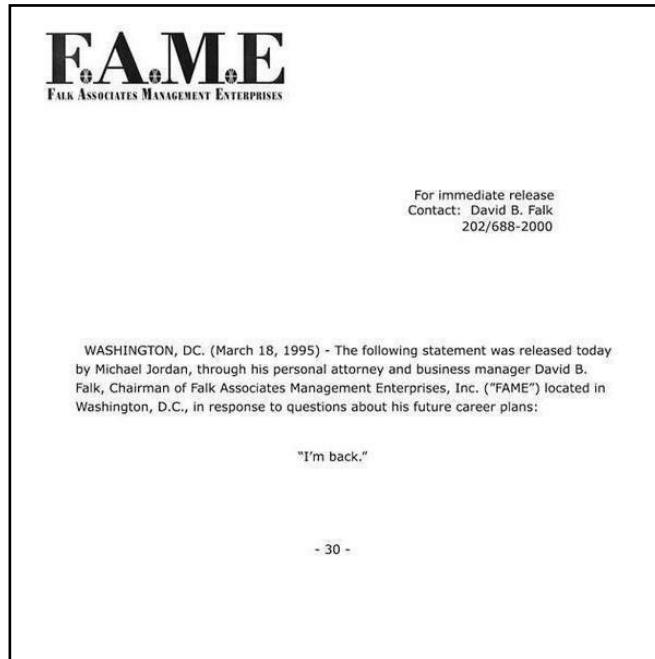
O terceiro título consecutivo na liga veio na temporada seguinte, 1992-1993. Jordan tornou-se o primeiro jogador na história da NBA a ganhar três prêmios consecutivos de MVP das Finais. Contudo, no dia 6 de outubro de 1993, MJ anuncia sua aposentadoria do basquete, no auge da sua carreira, através de uma coletiva de imprensa que reuniu jornalistas do mundo inteiro. O motivo principal foi a morte de James Jordan, pai de Michael. No final de julho de 1993, James esteve desaparecido durante várias semanas até ser encontrado com um tiro no peito, efetuado por dois adolescentes: Daniel Demery Martin Green e Larry. Os assaltantes foram localizados e sentenciados à prisão perpétua. Mesclado com o lançamento do livro de Sam Smith e o massacre da mídia o acusando sobre os vícios em apostas, ele decide se afastar da NBA. Em comunicado oficial disse:

Estou a tentar lidar com os sentimentos de perda e luto de uma forma que, não tenho dúvidas, deixaria o meu pai orgulhoso. E não consigo simplesmente compreender como é que outras pessoas seriam capazes de, deliberadamente, pôr sal na ferida ao insinuar que alguns dos erros da minha vida poderiam de alguma forma estar ligados à morte do meu pai.

Após alguns meses, Jordan assina um contrato com o time de beisebol, *Chicago White Sox*, time de beisebol, para perseguir um sonho de seu falecido pai. A NBA vê uma queda brusca em sua audiência e popularidade e começa a ver suas partidas perderem o protagonismo para outros acontecimentos, como as páginas policiais. Todavia, Jordan não obtém grandes êxitos no beisebol, mesmo movendo multidões para acompanhá-lo. Assim, retornou ao basquete em 18 de março de 1995 com um lendário comunicado emitido à imprensa contendo apenas três palavras, "*I'm back*" (Estou de volta, em inglês).

A liga até teve uma recuperação pequena de audiência em 1995, mas o que traz a NBA de volta ao patamar de antes é a volta do Jordan. Quando ele faz o comunicado de 'estou de volta', o mundo do basquete olha de novo para a NBA. (CAMARGO, 2019)

Figura 5 - Fax emitido por Michael Jordan em seu retorno à NBA.



**Fonte: TV124 (2021)**

Jordan volta para a NBA vestindo a camiseta número 45 do Bulls, o mesmo que usava no beisebol, após o número 23 ter sido imortalizado, em sua própria homenagem. Com ajuda de MJ, a franquia consegue alcançar os *playoffs* e chega nas semifinais da Conferência Leste, contra o Orlando Magic, mas no final do primeiro jogo da série, Nick Orlando Anderson destrói com o Bulls e diz que: "não se parecia com o velho Michael Jordan". (THE LAST DANCE, 2020). Ele retorna então com o número 23, mas o Bulls é eliminado.

Durante o verão, MJ não tira férias e segue treinando para readaptar seu corpo ao basquete, mas paralelamente participa das filmagens do icônico *Space Jam - O Jogo do Seculo*, filme da *Warner Bros* que conta a história de uma partida de basquete entre o time *Tune Squad*, formado pelos *Looney Tunes*, e os *Monstars*, alienígenas que absorveram a habilidade de grandes jogadores da NBA. Para vencer, eles pedem ajuda a Jordan, atleta que havia se aposentado do basquete e se dedicava ao beisebol. A obra arrecadou mais de US\$ 230 milhões na bilheteria mundial e virou um item da cultura pop no mundo entre adultos e crianças, alavancando a carreira de Jordan internacionalmente. A *Warner* chegou a montar um espaço próprio de treinamentos com direito a academia e quadra de basquete para que ele pudesse seguir treinando. 25 anos depois, um novo legado começa a ser construído e o *Space Jam 2* deve estreiar em 2021. A estrela da vez é LeBron James, considerado um dos melhores jogadores de basquete da atualidade e tido como sucessor mais próximo de

Michael Jordan. No novo filme, os *Looney Tunes* enfrentarão uma nova ameaça nas quadras, desta vez com a ajuda do astro dos Lakers. Projeto pessoal de LeBron, ele usou sua influência para manter a produção viva.

Na sequência da carreira, o MJ conduziu o Chicago Bulls a mais três títulos nas temporadas 1996-1997, 1997-1998 e 1998-1999, esta última conhecida como “*The Last Dance*”, a última dança. A expressão marca a última temporada da vitoriosa formação da franquia liderada por Jordan e do técnico Phil Jackson no comando da equipe. A temporada originou a série da emissora ESPN, em parceria com a plataforma de *streaming* Netflix, que é objeto de estudo deste trabalho.

Após o último título, em janeiro de 1999, argumentando cansaço físico e mental, Jordan decidiu se aposentar novamente. Em 2001 retornou ao basquete para jogar no Washington Wizards e doou seu salário anual de US\$ 1 milhão em ações de socorro às vítimas dos ataques de 11 de setembro.<sup>33</sup> Em 2003, jogou seu 14º e último NBA *All-Star Game*, tornando-se o primeiro jogador com mais de 40 anos a marcar 43 pontos em um jogo da NBA. Para ter ideia do impacto de Jordan para a liga, depois da sua aposentadoria, a audiência do campeonato caiu 45%. (BADENHAUSEN, 2020).

Atualmente, dono de diversos negócios, entre eles acionista majoritário da franquia Charlotte Hornets, o patrimônio líquido de Michael Jordan gira em torno de US\$ 2,1 bilhões, figurando na 1.001ª posição na lista de bilionários do mundo (BADENHAUSEN, 2020). Em sua carreira como atleta, faturou US\$ 94 milhões, durante 13 temporadas no Chicago Bulls e dois anos no Washington Wizards, além dos US\$ 4 milhões que o Bulls pagou quando ele deu um tempo da temporada da NBA de 1993-1994 para jogar na liga de beisebol. Contudo, foram os patrocínios que aumentaram ainda mais a sua renda, ele chegou a ganhar US\$ 1,7 bilhão apenas em parcerias com marcas como Nike, Coca-Cola, McDonald 's, Wheaties, Chevrolet e outras. Jordan mantém negócios com a Nike, Hanes, Gatorade e Upper Deck. É o primeiro caso de sucesso absoluto na relação entre esporte e marketing. Michael Jordan marcou a história da NBA e do Chicago Bulls.

---

<sup>33</sup> No dia 11 de setembro de 2001, dois aviões comerciais foram arremessados contra dois edifícios do complexo World Trade Center, em Nova York, destruindo as chamadas “Torres Gêmeas”. O ataque terrorista causou a morte de cerca de 3 mil pessoas.

## 4.2 CHICAGO BULLS

Chicago Bulls é uma das franquias mais tradicionais da NBA e é reconhecida no mundo, principalmente, por ter sido o time de um dos melhores jogadores da história do basquete, Michael Jordan. A equipe joga na conferência leste, divisão central, ao lado de times como *Cleveland Cavaliers*, *Indiana Pacers*, *Milwaukee Bucks* e *Detroit Pistons*. Ao longo da história, a cidade de Chicago, mais populosa do estado de Illinois, já contou com duas franquias antes do Bulls, *Chicago Stags* (1946–1950) e *Chicago Packers/Zephyrs* (1961–1963; atual *Washington Wizards*), até que em 16 de janeiro de 1966, foi concedido a cidade uma franquia de expansão<sup>34</sup> da liga, surgindo o Chicago Bulls. Fundado por Dick Klein, então diretor e presidente, a estreia na NBA aconteceu na temporada 1966/1967 e a equipe logo alcançou os playoffs. Em 1972, tiveram a melhor campanha desde sua fundação com 57 vitórias e apenas 25 derrotas. No entanto, sua primeira final de conferência foi em 1975, onde acabaram derrotados pelo Golden State Warriors.

Com o passar das temporadas, a franquia não demonstrava mais ser uma equipe de destaque e necessitava de uma estrela, alguém que pudesse guiar o time para um título, e em 1984 foi dado o passo crucial da história do Bulls. Com a 3ª escolha do Draft de 1984, a equipe de Chicago selecionou Michael Jordan, da Universidade da Carolina do Norte, que viria a tornar-se o primeiro grande ídolo esportivo da história do time. Um ano depois, em 1985, Jerry Reinsdorf adquiriu a franquia por US\$ 16 milhões, e Jerry Krause assumiu como gerente geral da equipe. Jerry Reinsdorf é ainda dono do Chicago White Sox, equipe da Major League Baseball (MLB).

Na sua primeira temporada, Jordan já demonstrou do que seria capaz, por isso, a partir daí, os dois executivos decidiram montar uma equipe que pudesse abastecer MJ. O Bulls começou adquirindo jogadores como o armador John Paxson e o ala Charles Oakley para auxiliar o astro. Até que em 1987, Krause fez um dos melhores negócios da sua vida e no draft daquele ano conseguiu adquirir o segundo pilar da história vitoriosa do Chicago Bulls, o ala Scottie Pippen. Porém, foi a partir de 1990

---

<sup>34</sup> Quando a NBA cede a criação de uma nova franquia mediante a regras pré-estabelecidas, entre elas, uma taxa a ser paga que gira em torno de US \$300 milhões atualmente. A última franquia de expansão na liga foi em 2004, onde Charlotte Hornets completou as 30 equipes que constituem a NBA.

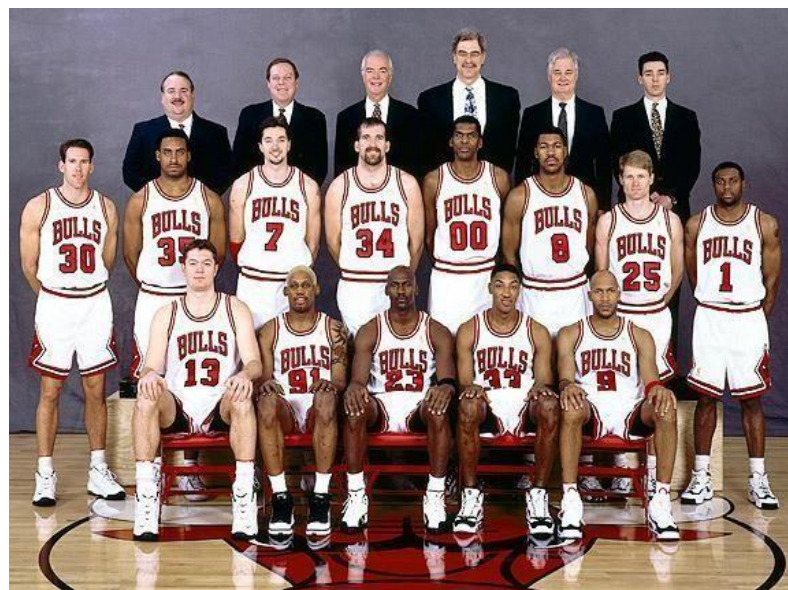


que uma nova era iniciou em Chicago, com a chegada de Phil Jackson no comando da equipe. O Bulls alcançou portanto seu maior sucesso durante os anos 90. Eles foram responsáveis por popularizar a NBA no mundo, além de serem conhecidos por uma das maiores dinastias da liga, campeões de seis títulos entre 1991 e 1998.

Mesmo sem Jordan na equipe após o anúncio da sua aposentadoria, Pippen virou a referência de um Bulls em adaptação. O ala teve os melhores números da sua carreira na liga neste período. Contando com a bola mais tempos em mão, Pippen liderou as estatísticas do Bulls e foi eleito ainda MVP do *All-Star Game*. Na temporada 1993-1994, foram 55 vitórias - apenas duas a menos do que na temporada anterior sob comando de Jordan -, no entanto, não conseguiu conduzir a equipe à final da Conferência caindo para o New York Knicks.

Em 1994, o Chicago Bulls inaugurou o *United Center*, antigo *Chicago Stadium*, onde passou a mandar todos os seus jogos, além disso a temporada 94-95 ficou marcada pelo retorno do astro Michael Jordan para a equipe. Ainda sem muita forma física, Jordan brilhou, mas não foi suficiente para levar a equipe às finais e viu o Houston Rockets levantar a taça e frear a sequência de vitórias de Chicago. Porém, em 1995-1996 a história voltou a se repetir. Com a chegada de Dennis Rodman, o Chicago Bulls montou o que ficou conhecido como um dos melhores times de todos os tempos.

Figura 6 - Equipe do Chicago Bulls em 1995-1996



Fonte: NBA (2021)



Sob desconfiança da torcida após passagem tumultuada pelo San Antonio Spurs e personalidade polêmica, Rodman passou pela “aprovação” de MJ e Pippen antes de garantir seu protagonismo na equipe. A química com o Bulls funcionou, e a equipe de 1995-1996 teve uma das melhores campanhas da história da NBA, foram 72 vitórias e apenas 10 derrotas, marcando o quarto título da liga para a franquia. Na temporada seguinte, 1996-1997, o time de Chicago era a equipe a ser batida pelos demais adversários da liga. Com Jordan, Pippen, Rodman, Ron Harper e o reserva de luxo, Toni Kukoc, a franquia dominava o favoritismo da época. Os jogadores de Phil Jackson terminaram com mais uma campanha impressionante: foram 69 vitórias e apenas 13 derrotas, superando o perigoso Utah Jazz, liderados pela dupla John Stockton e Karl Malone, nas finais. Após jogos disputadíssimos, a série chegou até o sexto jogo e com mais uma atuação de luxo de MJ (39 pontos, 11 rebotes), além do arremesso decisivo de 3 pontos de Steve Kerr, o Chicago Bulls conseguiu uma vitória emocionante por 90 a 86 e conquistou seu quinto anel de campeão da NBA.

No entanto, a temporada 1997-1998 começou de uma forma diferente. Sendo informados de que seria a última de Phil Jackson no comando do Bulls, muitos jogadores, inclusive Jordan, sabiam que seria o fim de uma era. Denominada de “*The Last Dance*”, a última dança, por Phil, o Bulls começou com dificuldades, principalmente pela ausência de Scottie Pippen, que o tirou dos 35 primeiros jogos, devido a uma cirurgia no tendão. Pippen resolveu realizá-la no início da temporada em forma de protesto por não se sentir valorizado pela franquia e principalmente por Jerry Krause, gerente geral do Bulls. Com o seu retorno, a equipe voltou a vencer e ao final da temporada terminaram com 62 vitórias e 20 derrotas. Pelo segundo ano consecutivo, o adversário das finais era o Utah Jazz. No último minuto da partida, os Jazz lideravam por um ponto, foi aí que Michael Jordan provou, mais uma vez, que era o maior jogador de todos os tempos: roubou a bola, armou a jogada e, após driblar Bryon Russell, fez o arremesso do sexto título do Chicago Bulls. (THE LAST DANCE, 2020). Essa não foi apenas a última cesta do jogo, mas também os dois últimos pontos de Jordan com a camisa do Bulls, dando fim a uma era. Dessa forma, a NBA viu, na década de 90, um dos melhores times da sua história e que foi responsável por elevar o nível da liga, bem como moldar um estilo de vida, principalmente através da imagem de Michael Jordan.

### 4.3 CONSTRUÇÃO DA IMAGEM

A importância de Michael Jeffrey Jordan para a cultura americana e global é difícil de ser mensurada. Além de ser considerado um dos melhores jogadores da história, Jordan é responsável por criar um legado quando o assunto é estilo de vida e marketing esportivo. Com o passar dos anos, passou a ser considerado também um marco emblemático para o cenário esportivo mundial.

Estamos falando de ver pessoas negras em um lugar de domínio absoluto pelo poder da imagem e também pela história do tênis, da camisa, enfim, de todos os símbolos visuais que estavam ali. A gente tem essa estética potencializada pela dimensão política. Quando eu coloco um Jordan, eu me sinto fazendo parte de uma coisa muito especial. Quando se usa um jersey de basquete, não é só isso. Você está falando que existem negros milionários de sucesso e que multiplicam esse sucesso, que voltam para a base para resgatar as pessoas parecidas com eles ao redor do mundo. (DELGADO, 2018).

A sua ascensão como esportista teve um vínculo especial com a expansão da TV a cabo, que passou a contar com canais esportivos 24 horas por dia, como já mencionado o caso da ESPN. Isto fez com que a exposição dos jogadores aumentasse completamente, e conseqüentemente a de Michael Jordan junto. O melhor jogador de todos os tempos ganhou muito espaço nos noticiários e, com essa superexposição na mídia, foi um dos primeiros atletas a transformar seu nome em uma marca, com alcance mundial e somas bilionárias. O bom relacionamento com os fãs e com a imprensa facilitou esse processo e foi assim que o fenômeno do marketing que foi o camisa 23 do Chicago Bulls elevou a sua imagem e a da NBA a outro patamar, obrigando a própria liga a se reinventar e transformar-se em uma potência global. O sucesso dele fora de quadra é, também, explicado pelo trabalho de promoção de seus feitos através de patrocínios. Principalmente, Nike e Gatorade levavam Jordan para a mídia para aumentar as vendas, e isso ajudou a alavancar a lenda em torno do jogador, apelidado de “Deus”. As marcas decidiram individualizar um atleta de um esporte coletivo, e principalmente, transformaram pela primeira vez um atleta negro em garoto-propaganda.

O marketing esportivo, bem como a gestão de carreira, foi fundamental para que a imagem construída acerca de MJ fosse efetiva. Segundo Philip Kotler (2000), marketing é um processo social por meio do qual pessoas e grupos obtêm aquilo que necessitam e desejam com a criação, oferta e negociação de serviços visando

melhorar a qualidade de vida. Dentro desta área, há ainda a segmentação de mercado que busca atender de maneira específica demandas de diferentes públicos-alvo, como é o caso do mundo dos esportes. O marketing esportivo é uma segmentação que tem como principal função gerar oportunidades de negócios por meio do mundo dos esportes e usá-lo como uma ferramenta para as estratégias de marketing. Ou seja: criação e execução dos artifícios no meio esportivo e em tudo o que o envolve, sejam marcas, clubes, times, atletas, equipes ou personalidades. A cultura do marketing esportivo logo se espalhou pelo mundo, tornando-se uma das principais formas de estratégias eficazes por lidar com o sentimento e as paixões das pessoas.

Dessa forma MJ e o Chicago Bulls cumpriram o princípio básico do marketing: atender aos clientes. Essa união proporcionou a presença de um super ídolo, um megaevento, uma cidade apaixonada pelo esporte e um time vitorioso. A narrativa dos heróis constrói um excelente *storytelling* no qual as marcas querem estar associadas, e a partir daí surgem produtos que viram fenômenos mundiais, como é o caso da *Air Jordan*.

#### 4.3.1 Air Jordan

Mesmo se você não é fã de basquete, já deve ter ouvido falar de uma das marcas mais famosas do mundo, *Air Jordan*. Foi em 1984 que a cultura *sneakerhead* ganhou o seu ápice a nível mundial. Neste ano, o novato na NBA, Michael Jordan fechou uma parceria com a marca esportiva Nike, para fabricar uma série de tênis personalizados. Esta era a primeira vez que um atleta de um esporte coletivo teria um produto individual, e principalmente, porque John Paul “Sonny” Vaccaro, um expert em basquete, havia sugerido aos diretores da marca para que apostassem em jogadores universitários. Os veículos de comunicação cobriram toda a repercussão da estreia do novo calçado que quebrou regras impostas pela liga por ter o seu design preto e vermelho, remetendo ao time Chicago Bulls. Até aquele momento, calçados no mínimo 51% brancos ou com padrão semelhante eram impostos para todos os jogadores das franquias (NOVA, 2021). Em questão de tempo, os chamativos tênis foram proibidos antes mesmo da abertura da temporada.



Fonte: Chicago Bulls (2021)

Eles provocaram ainda mais a NBA ao lançarem uma campanha publicitária apresentando tanto o tal tênis banido, o protótipo do *Air Jordan 1*, como o protagonista, Michael Jordan com o lema: “não podem proibir ele de usá-los na rua”. Com êxito dentro e fora das quadras, o produto foi um sucesso imediato e suas vendas explodiram em menos de um ano. Os tênis viraram um símbolo de rebeldia e atitude, principalmente para a comunidade negra devido à perseguição policial e ao racismo. Um afro-americano com tênis Jordan pelas ruas transmitia a ideia de que sendo de uma determinada etnia também poderia usá-las e alcançar o sonho americano, de igual para igual. (Sacristán, 2021).

Podemos afirmar que a parceria da Nike com o Michael Jordan, em 1984, foi um divisor de águas na cultura dos jovens norte-americanos, que encontravam no então novato jogador da NBA a inspiração esportiva de dentro das quadras, mas que também buscavam o estilo de vida do astro em ascensão fora delas, seja nas roupas que Jordan usava, mas principalmente na questão dos tênis. (VIANA, 2020).

Perante as proibições e indenizações da NBA, e com as respectivas normas de calçado estabelecidas pela associação de basquete, a Nike decidiu recriar os tênis com uma especial tonalidade branca. Esta alteração convenceu David Stern, executivo sênior da liga, que assegurava a ideia de que os tênis dos jogadores fossem, pelo menos, 51% brancos. A idolatria por Michael Jordan aliada aos comerciais dirigidos por Spike Lee, que os aproximaram da cultura popular, tornaram os tênis um objeto de desejo e indispensável no guarda roupa norte-americano, um fenômeno cultural utilizado nos pés. Nike e Jordan abusaram do marketing e a demanda cresceu tão rápido que chegou a acontecer uma disputa pela oferta mundial de fio da cor vermelha. E esse crescimento nunca desacelerou. Em 1984, a receita total da Nike era de cerca de US\$900 milhões. Em 1997, quando Jordan estava ganhando o quinto dos seus seis títulos pelo Chicago Bulls, a receita havia batido US\$9.19 bilhões. Sua campanha foi o primeiro caso de êxito entre uma marca e um atleta. MJ ajudou a Nike a se tornar o que é hoje, a 13ª marca mais valiosa do mundo e a primeira no ramo esportivo. O patrimônio líquido da empresa gira em torno de US\$ 39,3 bilhões. (SWANT, 2020). Com o passar do tempo, os Jordans foram reinventando-se através de diversos modelos diferentes e hoje *Air Jordan* tornou-se independente dentro da Nike, chegando a fornecer os materiais esportivos para um dos times de futebol mais poderosos do mundo, Paris Saint Germain, do astro brasileiro Neymar. Tudo isso mesmo 30 anos depois de Michael Jordan ter iniciado a sua carreira na NBA.

O nome surgiu pelos saltos inacreditáveis de Michael dentro de quadra, que transformaram-se em sua marca registrada, bem como o logo *Jumpman*, a silhueta do próprio Jordan saltando para completar uma cesta, associado a nova tecnologia desenvolvida pela empresa para tênis de corrida, "*air soil*". Todos queriam ter um Jordan, que passou a representar a cultura de rua. Foi desenvolvido um sentimento para além do esporte, de pertencimento, prestígio, identificação, na sociedade e nos torcedores, também, fora da arena. Como explica no documentário *The Last Dance*, o rapper norte-americano, Nas (2020, cap 5):

Para um garoto era quase como ter um sabre de luz de Star Wars. Precisava do tênis para ser como ele. Era mais que um símbolo de status. Você sabia que ele era o cara. As outras marcas não mudavam muito. Os "Jordans" iam mudando".

O sucesso da marca persiste firme e forte ao longo das décadas devido a estratégias de marketing desenvolvidas pelo próprio Michael Jordan e pela Nike. O

atleta aparece e reaparece com intervalos de tempo suficientes para unir a antiga e a nova geração. (Sacristán, 2021). Isso ocorreu sucessivamente ao longo da sua carreira e aposentadoria, entre eles, podendo ser citados o seu retorno à NBA em 1995 em paralelo com as gravações do Space Jam, o novo retorno a liga após aposentadoria em 2001, pelo Washington Wizards, doando integralmente seu salário para as vítimas do atentado de 11 de setembro. Além disso, Jordan que sempre defendeu que atletas não deveriam se manifestar politicamente, até como uma estratégia para não afastar aliados de ambos os lados, recentemente doou US\$ 100 milhões durante os próximos dez anos para instituições que lutam contra o racismo devido os protestos “*Black Lives Matter*” pela morte de George Floyd.

E sem sombra de dúvidas, o recente documentário, *The Last Dance*, lançado pela ESPN, em parceria com a plataforma de streaming, Netflix, em 2020, que conta a trajetória do astro. Nela vemos a narrativa da última temporada do atleta jogando pelo Chicago Bulls entre 1997 e 1998, que conseguiu novamente estimular as gerações mais recentes com a figura do astro.

## 5 THE LAST DANCE

Este capítulo busca apresentar o objeto de análise deste trabalho, a série *The Last Dance*, que conta a trajetória do atleta Michael Jordan, além de discorrer sobre os procedimentos metodológicos utilizados, destacando a técnica da pesquisa bibliográfica e principalmente, de estudo de caso proposto por Robert Win (2015). Ainda, discorre sobre a análise deste conteúdo e as considerações finais sobre a investigação realizada.

### 5.1 MICHAEL JORDAN E THE LAST DANCE

No dia 20 de abril de 2020, a plataforma de streaming Netflix, em parceria com o canal esportivo ESPN, lançou o documentário *The Last Dance*, dividido em 10 capítulos, sobre a carreira do astro do basquete Michael Jordan e seus seis títulos na franquia Chicago Bulls. Com dois episódios lançados por semana, a série dirigida pelo americano Jason Hehir, diretor com ampla experiência em documentários esportivos na ESPN Films, obteve sucesso logo na estreia. De acordo com dados da ESPN, os dois primeiros episódios contaram com uma média impressionante de 6,1 milhões de telespectadores, que se manteve ao longo de todos os outros capítulos, tornando-se o documentário *on demand* mais visto na história da emissora em território americano, segundo a empresa de tecnologia e dados para o mercado financeiro e agência de notícias operacional *Bloomberg*. Já a Netflix, que raramente abre os seus índices para o público, surpreendeu ao divulgar que 23,8 milhões de pessoas assistiram à série em todo o mundo, com exceção dos EUA, onde os direitos de transmissão são da ESPN, durante o ano de 2020. Eles levam em consideração telespectadores que assistiram mais de dois minutos da produção.

Além dos números impressionantes de audiência, a repercussão foi tão grande que “The Last Dance” entrou nos *trending topics* (assuntos do momento) do Twitter de forma expressiva. Foram cerca de 25 a cada 30 citações relacionadas ao programa na mídia social. E a obra chegou em um momento certo. Não apenas fãs de basquete, mas de esportes em geral, estavam sentindo a ausência de jogos ao vivo,

que haviam sido suspensos devido a pandemia do coronavírus. Sem nada para acompanhar, a série explodiu a sua popularidade e supriu a carência de novos conteúdos relacionados ao mundo esportivo, uma espécie de conforto mesclado com entusiasmos pela exclusividade de filmagens.

*The Last Dance* apresenta a trajetória de Michael Jordan na NBA e a conquista dos seis títulos pelo Chicago Bulls entre 1991 e 1998, com foco na última temporada representando a franquia. A produção fez uso de imagens inéditas gravadas na época, com acesso exclusivo a vestiários e corredores fechados à mídia, além de um grande trabalho de pesquisa, produção e reportagem. Ao todo, foram conduzidas 106 entrevistas com grandes nomes do basquete, mas também do cenário mundial.

## 5.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Portanto, a análise deste trabalho será realizada através da técnica de pesquisa bibliográfica, para embasamento e conceituação do que é proposto, além do estudo de caso da série *The Last Dance* para compreender como uma série documental contribui para atualizar a imagem do jogador de basquete Michael Jordan. O objeto foi escolhido pois apresenta um recorte fundamental para contextualizar a construção da imagem de Jordan na mídia, e principalmente, da sua marca, o que contribui para o entendimento geral do tema.

Para isso, foi indispensável recorrer a pesquisa bibliográfica para atingir os objetivos propostos, a partir de livros e artigos científicos. O método de pesquisa bibliográfica corresponde a "um conjunto de procedimentos para identificar, selecionar, localizar e obter documentos de interesse para a realização de trabalhos acadêmicos e de pesquisa" (STUMPF, 2005, p. 54). A escolha dessa prática se justifica pela necessidade de conceituação do tema proposto pela pesquisa, envolvendo temas-chave como jornalismo esportivo, basquete e construção da imagem.

Já o estudo de caso, de acordo com Robert Yin (2015), consiste em uma das várias maneiras de realizar uma pesquisa nas ciências sociais, e principalmente, quando envolve um fenômeno social contemporâneo respondendo às questões: como? e por quê? sobre indivíduos, coletivos, organizações, e mesmo eventos:



Como a primeira parte de uma definição em duas partes, um estudo de caso investiga um fenômeno contemporâneo (“caso”) em seu contexto no mundo real, especialmente quando as fronteiras entre fenômeno e o contexto puderem não estar claramente evidentes. A segunda parte da definição aponta para o projeto e a coleta de dados - por exemplo, como a triangulação de dados ajuda a tratar a condição técnica distintiva, por meio da qual um estudo de caso terá mais variáveis de interesse do que pontos de dados.

Ou seja, o estudo de caso pode servir para o entendimento de um fenômeno social a partir da exploração em profundidade de um único caso. Todavia, as investigações desses fenômenos ocorrem exatamente como eles são, sem qualquer intervenção do pesquisador, que tem pouco ou nenhum controle sobre os eventos comportamentais (YIN, 2015). Pensando nas etapas para a utilização desse método em um trabalho, Gil (1995) propõe que:

O estudo de caso não aceita um roteiro rígido para a sua delimitação, mas é possível definir quatro fases que mostram o seu delineamento: a) delimitação da unidade-caso; b) coleta de dados; c) seleção, análise e interpretação dos dados; d) elaboração do relatório.

Portanto, a série será analisada através da discussão de aspectos relevantes e conectados com a revisão bibliográfica realizada e que será exposta a seguir.

### 5.3 ANÁLISE DA SÉRIE

Para a composição deste trabalho foram definidos seis eixos temáticos de investigação, analisados através dos dez capítulos do documentário, *The Last Dance*, disponíveis online através da plataforma Netflix. Estes eixos foram determinados a partir do que foi discutido anteriormente e, portanto, a série foi observada com base nisso. Vale ressaltar que em certos momentos foram citados episódios específicos do documentário por meio de seus respectivos nomes.

#### 5.3.1 Postura crítica da série

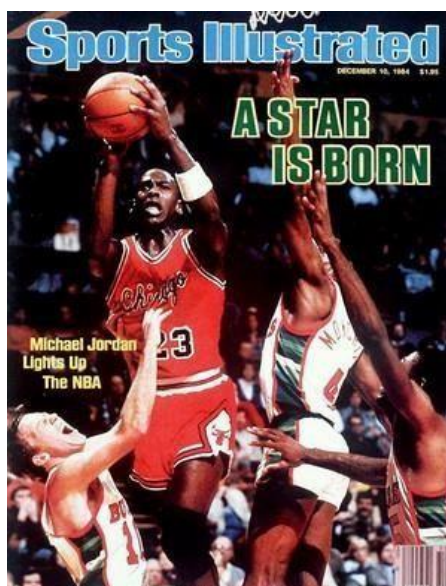
Neste tópico será analisado o aspecto crítico da série, fazendo um paralelo com a postura de Michael Jordan e como ela é retratada pelo documentário. Em virtude de ser um produto chancelado pelo atleta, porém produzido por uma emissora

consagrada no jornalismo esportivo, este segmento busca observar se *The Last Dance* apenas exalta o personagem principal ou também apresenta momentos de crítica ao seu histórico.

Ao longo dos dez episódios, é inegável afirmar que todos os holofotes estão voltados para Jordan. Com a aprovação final da *Jump 23*, empresa do astro, as filmagens possuem um ótimo storytelling sobre a história do basquete na NBA nos anos 90, mas acima disso, é um registro feito para a nova geração saber o quão emblemático foi Michael Jordan, considerado um dos melhores jogadores de todos os tempos. Nos últimos anos, foi possível constatar como o atleta cedeu espaço no imaginário do público da liga para novos craques que surgiram posteriormente, como é o caso de LeBron James e Stephen Curry. Assim, Jordan acabou tornando-se apenas mais uma lembrança para fãs contemporâneos do esporte.

Dessa forma, a série busca enfatizar os feitos de Jordan e explica didaticamente a sua importância para a revolução da liga. Costurada com depoimentos de MJ, a narrativa se desenrola através de duas linhas do tempo, que em paralelo, contam sobre a trajetória do Chicago Bulls até a conquista do seu sexto título na temporada 1997-1998. Logo de cara, o episódio 1 introduz Jordan ao público como Deus. Utilizando referências da época, são exibidas manchetes que o comparam como uma entidade divina, sendo chamado até mesmo de papa por veículos da imprensa. Entre uma dessas chamadas, está a capa da *Sports Illustrated*. Logo no seu primeiro mês como profissional, a revista esportiva americana estampou uma capa com o camisa 23 com o título "Nasce uma estrela".

Figura 8 - Capa da revista Sports Illustrated: "A Star is Born"



Fonte: Sports Illustrated

Em uma fase de carência de ídolos, Michael Jordan surge no momento exato para a liga e para o Chicago Bulls, como analisa o ex-jogador de basquete, John Salley (2020, cap. 3): “A NBA investiu para fazer de Michael Jordan seu astro. Era importante para a liga que ele subisse de nível com o Bulls: Larry, Magic, então Michael”. Ao longo dos registros, a produção reforça a importância de Jordan para o superfaturamento da NBA e acima disso para a elevação da liga para outro patamar, transformando-a em um verdadeiro espetáculo.

Com objetivo de ser fiel aos acontecimentos, a série não omite informações sobre o lado obscuro de Jordan. Provando ser extremamente obstinado a vencer sempre, a série aborda os acontecimentos polêmicos da vida de MJ, principalmente através do episódio 6. Retratando a pressão que exercia sob os colegas de equipe, o apreço pelo jogo, as inimizades criadas, além do seu vício em apostas até a morte do pai, o documentário, entretanto, busca aspectos positivos para explicar as características controversas de Jordan. Elas foram majoritariamente resumidas à competitividade. Palavra presente em praticamente toda a narrativa, os fatores negativos foram transformados em uma qualidade, reforçando a máxima de que tudo vale quando se trata de um herói e assim como aborda Braz (2020), a série utiliza recursos comuns a biografias para não transformar o protagonista em uma espécie de vilão. E Michael Jordan não era competitivo apenas dentro de quadra. O astro buscava a superioridade por inúmeros caminhos. Em uma das cenas do documentário, o atleta aparece apostando pequenas quantias em arremesso de moeda com o segurança do

time, John Michael Wozniak. Sobre essa faceta de sua vida, Jordan diz para a produção: "Não tenho um problema com apostas, tenho um problema de competitividade".

A história é construída através do ponto de vista do astro, e disponibiliza espaço reduzido para os antagonistas, como é o caso de Isiah Thomas, rival do camisa 23 no Detroit Pistons, além de Steve Kerr, que conta de uma forma diferente a sua briga com o Jordan em um dos treinos do Bulls, e Horace Grant, que nega a acusação de ter vazado informações do vestiário do time para o jornalista Sam Smith.

De toda a forma, a série conta com um excelente enredo e faz o uso da riqueza das imagens para colocar Michael Jordan novamente no mapa, provando através da jornada do herói, que MJ mudou a NBA e a forma de jogar basquete com a sua genialidade, além do enorme legado conquistado também fora das quadras, já que em parte dos episódios inclui o lançamento do icônico tênis *Air Jordan* e as filmagens de *Space Jam: O Jogo do Século*. De acordo com Campbell (2007, p.36): "Um herói vindo do mundo cotidiano se aventura numa região de prodígios sobrenaturais, ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva", constituindo assim a jornada do herói que passa por três fases, a separação do seu contexto de origem, a iniciação na jornada que irá revelar o seu heroísmo e o retorno ao ponto de partida, porém como um vencedor responsável pela transformação do mundo. Quando aplicada a produtos audiovisuais, essa jornada pode ser considerada um esqueleto, um roteiro que deve ser preenchido com os detalhes e surpresas de cada história individual. (VOGLER. 2006, p.67). Há muito tempo ouve-se histórias guiadas por este perfil heróico, de pessoas com nascimento humilde, habilidades especiais acima da média, que ganham rápida ascensão ao poder e notoriedade, através de uma trajetória de luta e superação de obstáculos até tornar-se uma referência.

Portanto, o documentário sim assume um papel crítico, mas de forma que acima de tudo contemple o *storytelling* criado ao redor da aura mística exercida em cima da figura de MJ. Faz uso de recursos audiovisuais e linguísticos para evidenciar a era Jordan: o antes e depois da NBA, fortalecendo a imagem do eterno camisa 23 do Chicago Bulls e expondo seus feitos incríveis ao longo dos anos na conquista dos títulos individuais e coletivos. Michael Jordan transcende ao mundo do basquete e faz jus ao ser chamado de lenda.

### 5.3.2 Olhar além do astro

Neste tópico será abordado a forma como a série olha para os outros jogadores e comissão técnica ao longo da produção e a sua relação com Jordan. O basquete é um esporte coletivo e, além dos companheiros na quadra, as equipes contam com diversos profissionais de apoio, como gerentes que são responsáveis por coordenar o elenco e prospectar novas contratações.

Mesmo o documentário tendo como sua estrela principal Michael Jordan, a produção não deixa de lado outros protagonistas que ajudam a compor o enredo da narrativa do diretor Jason Hehir. Utilizando como base as ligações de MJ com a história da NBA e do basquete nos Estados Unidos, a série apresenta personagens que fizeram parte da trajetória do astro, mas também foram essenciais para a liga.

Entre as importantes figuras citadas estão Scottie Pippen, Dennis Rodman e Phil Jackson. Cada um dos três é tema de um episódio individual, respectivamente 2, 3 e

4 - claro, sempre alinhados ao redor da vida de Jordan. Outra personalidade importante presente ao longo de todo documentário, é Jerry Krause, gerente geral do Chicago Bulls entre 1985 e 2003. Entretanto, a imagem sobre estas pessoas incide sob o ponto de vista do camisa 23. Apesar da grande maioria conceder depoimentos para a série, a fala final fica com Michael Jordan e expõe a sua percepção dos fatos.

Um exemplo claro disso é a situação com Krause. Envolto por polêmicas, o gerente geral da dinastia Bulls foi responsável por montar um dos melhores times de todos os tempos na NBA, mas também apontado como uma das principais razões para o fim dele. Com problemas com grande parte do elenco, causando conflitos internos e externos, as maiores brigas foram protagonizadas por Jordan, Pippen e Phil Jackson. Sendo assim, o documentário apresenta uma visão negativa de Krause, embasada pelas opiniões de Jordan e de alguns companheiros de equipe. Uma das frases mais impactantes de Krause e presente na série é “organizações que ganham taças, não os jogadores”, o que provocou a revolta de Jordan e outros companheiros. “Sabemos que o time é bem maior que 15 jogadores. Quem trabalha na administração é gente boa, mas a parte mais importante do processo é o jogador. Ele dizer isso é ofensivo ao meu jeito de encarar o jogo.” (JORDAN, 2020, cap. 1).

Outro ponto para destacar é o fato de as versões das histórias penderem sempre para o lado de Jordan, como é possível perceber no episódio 7. Pippen se recusa a voltar para quadra no último segundo de partida da semifinal da conferência

leste diante do Knicks devido a uma divergência com o técnico Jackson. Pippen relata a sua versão da história, mostrando arrependimento pela atitude, mas em depoimento MJ diz ter considerado o ato egoísta. As declarações dadas por Jordan na série chegaram a repercutir fora das telas, onde integrantes do Bulls como Horace Grant mostraram insatisfação com a imagem criada de si no documentário.

Todavia, como já debatido anteriormente, produções documentais tendem a fortalecer o cunho pessoal do diretor e das pessoas envolvidas em sua elaboração. Segundo Bill Nichols (2012, p.47),

O documentário não é uma reprodução da realidade, é uma representação do mundo em que vivemos. Representa uma determinada visão do mundo, uma visão com a qual talvez nunca tenhamos deparado antes, mesmo que os aspectos do mundo nela representados nos sejam familiares.

Ou seja, este gênero não é necessariamente um espelho da realidade, mas sim uma interpretação desta realidade, criada no linear de cada cena, junto com o espectador, uma vez que o público pode ser capaz de interpretar as cenas, a partir dos seus conhecimentos prévios sobre o tema abordado no documentário. (NOGUEIRA, 2019). Portanto, *The Last Dance* foi desenvolvida sob uma lógica vinculada aos produtores, diretor e, sobretudo, ao personagem principal. Há envolvimento do cineasta com o assunto e respectivamente com a fonte *in loco*, criando uma visão particular sobre o mundo e incidindo sobre a construção das imagens dos personagens envolvidos. Tudo possível através da “voz” documental, como denomina Nichols (2012), observando isso não só quanto à fala dos entrevistados, mas também ao arsenal de recursos expressivos proporcionados pelo registro e pela expressão dos pensamentos a respeito do real, pois lida com histórias reais e não cumpre um roteiro pré-determinado, mesmo que as conversas sejam conduzidas por um.

### 5.3.3 Relação do atleta com a imprensa

Neste eixo será analisada a forma como a série aborda a relação de Michael Jordan com a imprensa. Além de contar com vários trechos de partidas, matérias jornalísticas produzidas no passado são utilizadas e, portanto, devemos analisar como a imprensa é exibida no resgate da trajetória do atleta.

Presente de forma constante, a imprensa tem papel fundamental para o resultado final apresentado por *The Last Dance*. Além de ser essencial para remontar os anos de Jordan na liga através de recortes da época e depoimentos concedidos por profissionais da comunicação ao diretor, o documentário aborda também a relação de MJ com a mídia na consagração da sua imagem, e principalmente da sua marca.

Ao longo dos episódios é evidente notar a boa relação que o camisa 23 tinha com a imprensa. Sendo o principal porta-voz do Chicago Bulls em derrotas ou vitórias, Jordan sempre concedia entrevistas aos veículos de comunicação antes e depois das partidas, e que por sua vez, realizavam uma cobertura *full time*<sup>35</sup> praticamente sob a ótica de Michael Jordan. Movimentando os noticiários da época, como já abordado neste trabalho, a imagem de Jordan foi a principal manchete durante anos na NBA. Sempre bem-humorado, ele tratava bem os jornalistas até mesmo nos questionamentos incessantes sobre a sua permanência no Bulls durante a sua última temporada na equipe em 1997/1998, ou então ao responder às acusações de vícios em apostas e sobre seu envolvimento na morte do pai, James Jordan.

As pessoas não percebem que, assim que o Michael sai do hotel, os holofotes estão nele. O mundo inteiro queria vê-lo ou falar com ele. Todos queriam alguma coisa com ele. Ele era pressionado a sempre tratar bem as pessoas. Diante de sua agenda frenética, antes de um jogo, ele se encontrava por cinco ou dez minutos com uma criança em estado terminal. Ele fazia as crianças sentirem que o conheciam. Além disso, ele precisava jogar bem. Ele sabia que todos, em toda partida, iam lá para vê-lo. Depois do jogo, ele tinha dez minutos no vestiário para relaxar, depois a sala cheia de imprensa. Sempre dando atenção e entretenimento. [...] Eu não ia querer ser como Mike. É uma tarefa impossível. (HALLAM, 2020, cap. 6).

O ápice do apelo jornalístico em busca da narrativa em prol de MJ foi com a sua primeira aposentadoria em 1995, quando convocou uma coletiva de imprensa que contou com profissionais de todas as partes do país. Com seu novo rumo definido no beisebol, a imprensa passou a cobrir de forma assídua a segunda divisão do esporte que não contava nem mesmo com estrutura para receber os repórteres, tamanho impacto que Jordan tinha para imprensa da época. Com o seu retorno para a liga, a sua marca explodiu em vendas e as pautas do Bulls voltaram a girar em torno da estrela principal, por exemplo. Vale ressaltar a influência que o camisa 23 também teve para a posteridade. O icônico anúncio da ida de LeBron James para o Miami Heat

---

<sup>35</sup> A cobertura *full time* é aquela que se dedica em tempo integral para trazer informações sobre determinado assunto, projeto, pessoa, entre outros.

deixa claro a força, ainda presente, de Jordan no mundo do basquete. Em 2010, King James resolveu revelar o seu próximo destino na NBA através de uma transmissão ao vivo em um programa da ESPN, que não à toa recebeu o nome de “*The Decision*”, a decisão. LeBron confirmou a sua ida ao Heat e logo após concedeu uma entrevista explicando os motivos para tal e a experiência de “*free agency*”.<sup>36</sup>

Sem contar com a força das redes sociais que hoje promovem atletas de forma instantânea, Jordan carregava uma legião de fãs mesmo sem esse engajamento virtual. Muito disso se deve a sua presença constante nos veículos de comunicação que reforçavam, através dos processos comunicativos, um forte *storytelling* sobre o camisa 23. Regido pela narrativa do herói, MJ tornou-se pauta da opinião pública e a midiaticização gerou valor para sua imagem e conseqüentemente para sua marca. A mídia, dentre suas diversas funções, pode ser considerada como a grande força que eleva desconhecidos à categoria de mito, especialmente em esportes de alto rendimento. (GHISLENI, 2008). O papel da imprensa é extremamente importante na transformação da imagem desse jogador, pois atinge milhões de pessoas. Com isso, ela possui o poder de influenciá-las na sua maneira de agir e de pensar (CHARAUDEAU 2006). Atletas viram celebridades esportivas que segundo Morin (2005, p.17): “se tornam modelos de cultura no sentido etnográfico do termo, isto é, modelos de vida. São heróis modelos. Encarnam os mitos de auto realização da vida privada”.

Portanto, ter um ídolo que produz notícias a todo instante é um combustível imprescindível para os veículos de comunicação que buscam proporcionar um espetáculo ao público com as histórias. Todavia, os atletas também necessitam da imprensa para serem lembrados e conseqüentemente conseguirem patrocínios, adquirindo valor de mercado e sucesso.

Portanto, *The Last Dance* também serve para promover um novo impacto na imagem de Jordan, auxiliando na atualização do seu legado na mídia. A série documental traz todos os elementos necessários para recontar a trajetória do astro através de recursos jornalísticos atuais e da época em busca de recolocar Jordan no centro das atenções. Por isso o diretor abusa de manchetes e reportagens da época, além da análise desses profissionais, para poder reforçar a importância de MJ para o basquete, para a NBA, e principalmente para a sociedade.

---

<sup>36</sup> Jogadores sem contrato e livres no mercado podem negociar e fechar seu próprio contrato com qualquer franquia da liga.



### 5.3.4 Exposição dos produtos

Como observado anteriormente, Michael Jordan foi hábil em vincular a sua imagem com diversos produtos, também desenvolvendo suas marcas, como a Air Jordan. Desta forma, é preciso observar como os produtos são apresentados na série e até mesmo se não há uma espécie de propaganda para os itens.

Ao longo da série, estrategicamente a marca de Jordan, *Air Jordan*, é mencionada de forma direta e indireta ao telespectador, além de outros produtos vinculados ao astro. Os artigos são citados até mesmo através de recortes e manchetes da época ilustrando a importância que tinham e têm até os dias de hoje. Ainda com este objetivo, um episódio exclusivo, “5”, foi destinado a contar a trajetória de desenvolvimento da marca e sua consolidação no mercado, uma aula de marketing esportivo. Desde a assinatura do contrato até a explosão de vendas e o legado na NBA, *The Last Dance* contextualiza a força cultural que Michael Jordan virou não apenas nos Estados Unidos, mas no mundo todo. O episódio em questão aborda ainda toda a repercussão do lançamento do Jordan 1, primeiro tênis da linha de calçados personalizados do camisa 23, incluindo também o impacto da campanha da gatorade, *BE LIKE MIKE*, que começou a utilizar a imagem comercial de Jordan.

Depois de fechar parceria com a empresa esportiva Nike, em franca expansão bem como a carreira de MJ na época, a união obteve números impressionantes e causou impacto por onde foi vista, contando até mesmo com comerciais dirigidos por Spike Lee. “Antes de Jordan, eram apenas tênis para basquete, de repente virou moda e cultura. E como a Nike, utilizou Spike Lee para produzir os comerciais do Jordan, logo estavam na cultura urbana, misturando os esportes.” (JOHNSON, 2020, cap. 5). A série utiliza diversos recursos audiovisuais para criar narrativas envolvendo os produtos, sem que fuja do objetivo final que pretende-se contar com a obra, e especialmente dispendo de declarações de figuras importantes com grande impacto tanto sobre a sociedade passada, quanto a contemporânea, o que causa um sentimento de saudosismo em quem assiste e interesse em quem ainda não conhecia este mundo do esporte, como é o caso do rapper Nas, o cantor Justin Timberlake e o ex-presidentes norte-americanos, Barack Obama e Bill Clinton. Além de nomes

importantes para a liga, como Magic Johnson, Larry Bird e Kobe Bryant, antes de sua trágica morte.

Isso acompanhado também da mentalidade de Jordan, que sempre soube como administrar o seu marketing pessoal em quadra e fora dela. Um exemplo disto, presente no documentário, é durante a segunda aposentadoria de MJ na liga, quando utiliza o seu primeiro Jordan, *Air Jordan* original de 1984, no que seria sua última partida no *Madison Square Garden*. Da mesma forma acontece quando Pippen pede seu retorno apontando para as câmeras o logo *Jumpman*, presente no tênis que vestia durante a partida ou quando MJ esconde o logo da *Reebok* no uniforme do *Dream Team* durante a cerimônia de entrega da medalha de ouro nas Olimpíadas de 92.

Michael era tão singular em sua competitividade que ele chegava em seus parceiros como a Nike, que não suportava a ideia de usar o logotipo da Reebok num palco global, recebendo a medalha de ouro nas Olimpíadas. Então, ele cobriu o logotipo com a bandeira dos Estados Unidos. Foi extraordinário. (BAY, 2020, cap.5)

O efeito do documentário foi tamanho que após a sua exibição os produtos de Michael Jordan dispararam em vendas na Nike. De acordo com a empresa de monitoramento *Gum Gum Sports*, as marcas Nike e Jordan receberam mais de nove minutos de exposição no quinto episódio, o que gerou um valor de mídia de US\$ 487 mil. Além disso, a *StockX*, plataforma americana especializada em venda de calçados, registrou a cada novo episódio exibido um incremento de 76% no acesso ao catálogo de produtos relacionados ao astro. O "*Air Jordan 1*", usado e autografado pela lenda do basquete, alcançou um recorde de US\$ 560 mil (R \$3,2 milhões) em um leilão realizado posteriormente. (MKTESPORTIVO, 2020).

Além disso, em um período de recessão econômica mundial, o conteúdo produzido pela ESPN e distribuído pela Netflix impulsionou também o mercado de licenciamento, com a franquia Chicago Bulls vendendo cerca de 45% mais nos EUA e aproximadamente 650% no Brasil, de acordo com a loja *Netshoes*, operadora da LojaNBA.com no país. Estes números fazem referência às vendas do mês de maio de 2020. Ou seja, além de alavancar novamente a imagem de Michael Jordan no cenário mundial, o documentário contribuiu para movimentar o mercado econômico com a exposição dos produtos relacionados ao camisa 23.

### 5.3.5 Relação com o basquete contemporâneo

Por fim, o último eixo de análise busca compreender se são realizadas conexões entre o atleta e seu histórico com o basquete contemporâneo. Isto é necessário para compreender se um desportista conhecido por números e recordes também compara o seu desempenho com os seus sucessores, fato importante no desenvolvimento do esporte.

O primeiro ponto a destacar-se é a ausência de atletas da era pós Jordan no documentário. Entre os poucos presentes, o mais emblemático é Kobe Bryant que no capítulo 5 aborda a importância de MJ para o desenvolvimento da sua carreira e consagração na NBA. Entretanto, outras figuras como LeBron James, Stephen Curry, Kevin Durant, Tim Duncan, Anthony Davis, Andre Iguodala, Dwyane Wade, Shaquille O'Neal, entre outros, não são nem mesmo mencionados pela narrativa documental. Vale ressaltar que este último, grande nome pelo Orlando Magic e Los Angeles Lakers, tem trajetória semelhante a de Jordan na liga, mas principalmente fora dela. Shaq soube administrar sua imagem após a aposentadoria, fazendo-se valer das mídias sociais e investimentos em diversos setores econômicos, como a famosa sequência de jogos eletrônicos de luta, *Shaq Fu*. Com isso, é possível observar que a construção da história é exclusivamente baseada em exaltar e confirmar a grandeza de MJ para a NBA, sem apontar sucessores ou novos jogadores capazes de bater os recordes e alcançar o legado do melhor jogador de todos os tempos.

Nos últimos anos, é inegável notar a evolução do basquete no mundo, bem como o surgimento de grandes nomes para a história do esporte e a força com que a NBA atinge, a cada dia, os diversos setores da sociedade. Neste tópico é importante salientar que a era pós Jordan de fato serviu para aumentar a competitividade no desporto e a qualidade técnica dentro de quadra entre as equipes - um reflexo do Chicago Bulls dos anos 90. Dessa forma, uma das franquias que soma vitórias no basquete contemporâneo sem sombras de dúvidas é o time representante da Califórnia, Golden State Warriors. A partir da temporada 2014-2015 que o time liderado por Stephen Curry tornou-se uma grande potência da atualidade, disputando 5 finais seguidas e conquistando 3 troféus.

Traçando um paralelo entre o Bulls de Jordan na temporada 1995-96, considerado uma das melhores equipes de todos os tempos, e o Golden State Warriors de Curry na temporada 2015-16, que fez história na liga recentemente, há

um embate de gerações. Assim, antigos recordes são desafiados, ressuscitando o velho debate sobre quem realmente é melhor. No final dos 82 jogos da temporada regular, a equipe de São Francisco venceu 73 vezes e perdeu apenas em 9 oportunidades, resultando no recorde de melhor campanha da temporada regular da liga. Esta marca pertencia anteriormente ao Bulls de 95-96, com 72 vitórias e 10 derrotas. Outra diferença na comparação entre as equipes é o recorde de melhor início de temporada, 24 vitórias consecutivas. (ESPN, 2016).

Além disso, Stephen Curry carrega consigo conquistas individuais de expressão no cenário do basquete. Levando em consideração apenas triunfos obtidos antes da exibição da série, ou seja antes do mês de abril de 2020, o “bonequinho assassino”<sup>37</sup> leva o título de mais arremessos de 3 pontos convertidos em uma temporada regular, mais arremessos de 3 pontos convertidos em playoffs (em apenas uma temporada), mais arremessos de 3 pontos acertados em playoffs (na história), mais arremessos de 3 pontos acertados em finais (em apenas uma partida), mais arremessos de 3 pontos acertados em finais (na série).

Curry ainda foi capaz de suscitar um debate para a mudança de uma das regras da liga. Diretores cogitaram deixar a linha de três mais longe da cesta, ou até mesmo um arremesso de quatro pontos, com outra distância, foi citado como alternativa, mas não houve avanços. Uma das semelhanças vistas com Jordan, é o fato de esquemas de marcação serem criados para parar o camisa 30 do Warriors em quadra, bem como as “*Jordan 's Rules*” criadas pelo Pistons com objetivo de impedir o sucesso de MJ. Como observado anteriormente, nem Curry nem as marcas do Golden State Warriors são mencionadas ao longo da série.

Ainda, é impossível deixar de mencionar outro astro que a todo instante recebe comparações com o eterno camisa 23 do Chicago Bulls. LeBron James é considerado por muitos um dos principais sucessores de Jordan na NBA. E essa comparação não ocorre à toa. Atualmente defendendo os Lakers e detentor do título da liga (2020-2021), o camisa 23 da equipe de Los Angeles já fez história por outras franquias, como é o caso do Cleveland Cavaliers e Miami Heat, enquanto Jordan fez de Chicago o seu reino. Quando se trata de números e conquistas, a trajetória dos dois se cruza em diversos aspectos. Por exemplo, ambos conquistaram o título de “Novato do Ano” em suas respectivas estreias na liga, tal como um prêmio de MVP aos 35 anos. Ainda,

---

<sup>37</sup> Apelido pelo qual Stephen Curry ficou conhecido pelos fãs brasileiros, e principalmente por ter sido popularizado pelo narrador Rômulo Mendonça, dos canais ESPN.

levaram títulos para cidades sem esperanças na liga, casos de Chicago e Cleveland. LeBron superou ainda Jordan e tornou-se o terceiro maior cestinha da história da NBA - em jogos de playoffs é o primeiro, com 7.491 pontos. Jordan é o segundo, com 5.987. James segue quebrando recorde atrás de recorde, é campeão e MVP das finais por 3 franquias diferentes, foi finalista em 9 dos últimos 10 anos, também por três franquias diferentes, e sozinho tem mais participações em finais do que 27 franquias da NBA. (SACCO, 2020). Além disso, é o mais novo rosto do emblemático filme "*Space Jam*", que teve sua primeira versão filmada com Michael Jordan há 25 anos, provando a força que o jogador do Lakers também conseguiu alcançar fora das quadras. Todavia, ainda há um longo debate acerca da comparação entre os dois, mas o que não se tem dúvidas é a grande narrativa envolta dos melhores atletas que fazem história mesmo em décadas diferentes.

Sendo assim, *The Last Dance* evita fazer paralelos com o basquete contemporâneo e volta o seu foco a reacender Michael Jordan no imaginário popular, apresentando o astro a uma geração que possivelmente não o viu jogar. A combinação de um estílo de jogo espetacular em quadra com um legado também fora dela, aliado a uma mentalidade competitiva importante para a conquista de seis títulos da NBA, faz com que Michael Jordan mantenha-se no topo independente do período em que é analisado. Recursos perfeitos para a construção da narrativa documental, tendo em vista que o camisa 23 cedeu as 500 horas de filmagens inéditas, nunca antes acessadas, ao perceber a ascensão de marcas pessoais como é o caso do já citado astro do Los Angeles Lakers, LeBron James;

### 5.3.6 Depois dos créditos

Portanto, a série documental *The Last Dance* apresenta um ótimo enredo e cumpre seu papel como fomentadora da imagem de Michael Jordan para a sociedade contemporânea. A obra consegue contemplar todos os objetivos a que se propôs, além de incitar novos debates acerca do camisa 23 do Chicago Bulls. Traçando um paralelo entre a NBA e a trajetória de MJ na liga, o *storytelling* criado pelo diretor utiliza recursos importantes para aprofundar a história de um dos maiores atletas de todos os tempos, apresentando-o a novas gerações, como também resgatando velhos admiradores através da aura saudosista que envolve a produção de Jason Hehir. Além

disso, o canal esportivo ESPN aproveitou as novas plataformas digitais disponíveis para poder entregar uma história já conhecida de uma forma diferente da que estamos acostumados. Com auxílio da plataforma de streaming Netflix, foi possível atingir um número maior de pessoas e com isso, aproveitar esses números impressionantes para aumentar a exposição de marca dos envolvidos.

Utilizando majoritariamente o ponto de vista de Michael Jordan para o desenrolar dos fatos, a série não esconde que busca consolidar, novamente, a imagem do astro no cenário mundial. Dessa forma, usufrui de imagens inéditas acerca da carreira de Jordan no Chicago Bulls aliadas a entrevistas com figuras importantes para gerações passadas e futuras, além de profissionais da comunicação e um longo depoimento de MJ que vai ditando o ritmo da história. Isso, com objetivo de montar uma linha do tempo dos últimos anos do atleta na liga. Perdendo espaço no imaginário popular, Jordan ressurge e se reposiciona na sociedade contemporânea, fidelizando antigos fãs e captando novos admiradores. Sem apontar qualquer sucessor para o astro, a produção apenas exalta o grande atleta que foi Michael Jordan e a sua importância para o desenvolvimento do basquete e principalmente da NBA.

De fato, a competitividade de um desportista é uma das principais características para manter-se em alto rendimento no ambiente esportivo. Para Jordan, o seu desenvolvimento esteve respaldado pelo foco em sempre ser o melhor e dedicar-se de forma integral para isso, corpo e mente, identificando seus erros e corrigindo-os imediatamente de olho em seus objetivos finais - claramente definidos. Bem como mencionado na obra, o sucesso dele fora de quadras em grande parte é resultado da sua excelência dentro dela. “Minha atuação na quadra vendia tudo. Se tivesse média de 3 pontos e dois rebotes ninguém me contratava”. (JORDAN, 2020, cap. 5). A seriedade com a qual conduziu a sua carreira profissional o tornou uma referência na área e deixou um legado que ultrapassa gerações.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o passar dos anos, o jornalismo esportivo sofreu enormes modificações, consolidando-se de maneira expressiva no mercado e alterando a forma de pensar e produzir conteúdos. Em constante evolução, o desenvolvimento de novas ferramentas e plataformas de distribuição, principalmente no ambiente virtual, contribuíram para que novas histórias pudessem ser contadas, ou até mesmo velhas conhecidas que ganham outros ângulos, desempenhando importante função para os veículos de comunicação.

Assim, a relação do esporte entre população-atleta-profissional tornou-se ainda mais de mútua dependência a partir do momento em que o jornalista busca traduzir as informações para a melhor compreensão dos telespectadores, trazendo aspectos fundamentais para o total entendimento do esporte abordado - um jornalismo superespecializado para atender demandas de um nicho específico. Por consequência, o desporto como um todo transformou-se em um grande sistema que não envolve apenas o lazer e entretenimento, mas sim um símbolo cultural, presente em todas as partes da sociedade, com fortes impactos sociais e econômicos.

Ainda, sobre este último aspecto mencionado, o jornalismo esportivo também acabou resultando em um grande aliado de atletas que buscam permanecer em evidência com intuito de fomentar a sua imagem, na maioria das vezes em busca de retorno financeiro. Conforme a incidência de aparições de determinados personagens aumenta, é cada vez mais comum que ganhem ainda mais espaço em ações de marketing, angariando novos patrocinadores e contratos comerciais. Assim, também conquistam o carinho e admiração no imaginário popular deixando um legado ao longo das gerações. Atletas viram figuras públicas, tais quais celebridades, movimentando multidões ao seu redor. Portanto, o esporte conecta-se com todos os setores da vida social e essa integração é elevada ao máximo, de tal forma que a total inserção no cotidiano caracteriza um componente cultural extremamente solidificado.

Os veículos de comunicação, por sua vez, são alimentados por essas narrativas focadas em personagens populares, estes na maioria das vezes jogadores (as)/técnicos (as), em ascensão ou com alguma forte história que possa ser facilmente transformada em materiais que geram intensos debates na população. A mídia está sempre em busca do inédito e do que possa impactar. São através das manchetes -

e clickbaits<sup>38</sup> - que grande parte do jornalismo esportivo é mantido até os dias de hoje. O objetivo é aumentar o número de cliques no conteúdo produzido a fim de gerar um aumento nas verbas publicitárias e métricas de engajamento.

Entretanto, como já citado anteriormente, o surgimento dessas novas plataformas e ferramentas também possibilitaram a melhora na qualidade desses conteúdos produzidos. Inovação é a palavra-chave neste processo onde histórias começam a ser contadas através de perspectivas distintas das já vistas antes. O jornalismo esportivo, bem como outras áreas da comunicação, passou pela chamada convergência digital, criando um jornalismo cada vez mais transmídia. Agora, o profissional percorre um caminho horizontal e mais interativo do que estava acostumado, atento às necessidades da população na hora de consumir este conteúdo, que mudaram. O indivíduo contemporâneo tem a capacidade de estar conectado em segundas telas ao mesmo tempo, como é o caso das redes sociais, filmes, livros, músicas e aplicativos dedicados com placares e dados dos jogos atualizados em tempo real. Por isso, a produção de conteúdo é essencial nesse processo, e as narrativas devem contemplar diferentes linguagens e inúmeros meios com objetivo de prender uma atenção cada vez mais disputada do público. As pessoas estão mudando seus hábitos, seus comportamentos e isso também reflete na forma como consomem os esportes. Logo, os documentários esportivos transformaram-se em uma forte opção e caíram no gosto da população por abordarem de forma original múltiplos temas, entre eles, histórias já conhecidas, mas recontadas através de novos prismas, para além dos tradicionais recortes de transmissões esportivas ou reportagens do passado. Nos últimos anos, foram inúmeros os documentários produzidos no âmbito esportivo, conquistando espaços em premiações importantes para a área audiovisual.

Este é o caso da série documental *The Last Dance* sobre a trajetória de Michael Jordan. Uma história amplamente conhecida pela grande maioria das pessoas, mas agora explorada por outros ângulos por meio da parceria entre o canal esportivo ESPN e a plataforma de streaming Netflix. A ESPN soube aproveitar as imagens inéditas que possuía da época para reconstruir a carreira do camisa 23 do Chicago Bulls e apresentar novos formatos de fazer jornalismo. Apesar de ser um documentário de

---

<sup>38</sup> Clickbait é uma forma de publicidade enganosa na internet. Em geral, aparece na forma de um link que você encontra em um site e normalmente vem acompanhado por um título sensacionalista e fotos igualmente apelativas.



cunho pessoal, com aprovação final de Jordan, ainda assim conta com recursos jornalísticos amplamente visíveis como o formato da narrativa, o *storytelling* construído, a apuração, entrevistas, entre outros. A produção também abre um leque de possibilidades para o futuro da profissão, e principalmente para o jornalismo esportivo, que muitas vezes cai na mesmice e nos clichês durante a sua rotina diária de produção de conteúdos. A obra aproxima-se em alguns fatores do que foi o Canal 100, como já abordado nesta monografia.

Sendo assim, com a popularização das plataformas de streaming - como *Netflix, Amazon Prime, Disney+* e outras dedicadas ao esporte como a *Dazn e ESPN+* - os conteúdos jornalísticos também começaram a ser elaborados sob uma nova perspectiva, agora descolados do fator tempo e com uma distância significativa entre o presente momento e o fato a ser relatado. O streaming permitiu que novas e velhas histórias possam ser exploradas e aprofundadas, sem necessariamente precisar cumprir os curtos *deadlines*<sup>39</sup> impostos normalmente pelas *hard news*<sup>40</sup>. Os conteúdos transformaram-se em materiais atemporais com a possibilidade de maiores desdobramentos do caso, dispostos seja em formatos de minisséries, curtas ou longas metragens, etc, ou seja, conteúdos *on demand*<sup>41</sup> pensados sob medida para que nichos específicos os tenham a qualquer hora e à sua disposição. Surgiu, portanto, uma importante inovação para o jornalismo esportivo que há tanto tempo busca alternativas para atualizar o processo de produção e entrega de seus conteúdos a fim de atingir um número maior de pessoas e disputar a altura com outros produtos disponíveis para o consumo do público.

Ainda, ao fim da análise é possível afirmar que a série em questão contribui para atualizar a imagem do jogador de basquete Michael Jordan e reforçar suas marcas e feitos em um contexto diferente daquele vivenciado por ele, com outros jogadores e recordes superados. Tendo à prova o seu legado em um período de ascensão de outros ídolos no esporte e na NBA, *The Last Dance*, não só atualiza a figura de MJ, como também corrobora a tese de melhor jogador de todos os tempos, exaltando a sua importância, não apenas para a época, como também para as

---

<sup>39</sup> Prazo máximo para realização de uma tarefa.

<sup>40</sup> Termo oriundo do inglês para caracterizar notícias importantes; o jornalismo em tempo real das coberturas diárias.

<sup>41</sup> Algo feito sob demanda, para atender o usuário na hora e com o conteúdo que ele escolher. A ideia desse tipo de serviço é funcionar como uma locadora dentro de casa. Assim, o cliente passa a ter várias opções de conteúdos para assistir quando quiser.

gerações atuais. Recorrendo a recursos audiovisuais para criar uma aura mística sobre a imagem de Jordan, a obra cumpre com excelência o seu papel quanto tributo ao camisa 23 do Chicago Bulls, possibilitando ainda que histórias antigas ganhem novamente os holofotes e voltem a ser destaque na mídia, em um processo de realimentação da máquina.

De qualquer forma, é inegável que Jordan é um símbolo para o mundo do esporte e um ícone cultural. A sua força atravessa as décadas movendo multidões de fãs e admiradores. Com uma relevância imensurável, de fato, Michael Jeffrey Jordan faz história.

## REFERÊNCIAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. 2005. In: BOCC – Biblioteca on-line de ciências da comunicação Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf>. Acesso em: 30 mar 2021.

ALCOBA LÓPEZ, Antônio. **El Periodismo deportivo en la sociedad moderna**. Madrid: El autor, 1980.

BADENHAUSEN, Kurt. **Como Michael Jordan se tornou o atleta mais rico do mundo**. 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/principal/2020/04/como-michael-jordan-se-tornou-o-atleta-mais-rico-do-mundo/>. Acesso em: 12 maio 2021.

BASQUETE, Liga Nacional de. **SOBRE A LNB**. 2021. Disponível em: <https://lnb.com.br/institucional/sobre-lnb>. Acesso em: 31 abr. 2021.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2006. 194 p.

BAY, Willow. **The Last Dance**. Primeira temporada. Netflix. S. I: Jason Hehir, 2020. 508 min, son., col. Série exibida pela Netflix. Acesso em: 05 jul. 2021.

BETTI, Mauro. **A JANELA DE VIDRO: ESPORTE, TELEVISÃO E EDUCAÇÃO FÍSICA**. 1997. 290 f. Tese (Doutorado) - Curso de Filosofia e História da Educação, Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997. Disponível em: [http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos\\_teses/EDUCACA\\_O\\_FISICA/teses/Betti\\_Tese.pdf](http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/EDUCACA_O_FISICA/teses/Betti_Tese.pdf). Acesso em: 16 maio 2021.

BORELLI, Viviane. **O esporte como uma construção específica no campo jornalístico**. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador/Bahia, 2002. Disponível em: [http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/19083/1/2002\\_NP18BORELLI.pdf](http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/19083/1/2002_NP18BORELLI.pdf). Acesso em: 30 mar 2021.

BUCKS, Milwaukee. **Full statement from the Milwaukee Bucks**. 26 ago. 2020. Twitter: @Bucks. Disponível em: <https://twitter.com/Bucks/status/1298763794986995718>. Acesso em: 31 abr. 2021.

CBB, **Confederação Brasileira de Basquete**. Disponível em: <http://www.cbb.com.br>. Acesso em: 30 mar. 2021.

CAMARGO, Vitor Luis. **O que aconteceu com a NBA enquanto Michael Jordan jogava beisebol**. [Entrevista concedida a] José Edgar de Matos. UOL, 07 out. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/basquete/ultimas-noticias/2019/10/07/o-que-aconteceu-com-a-nba-enquanto-michael-jordan-jogava-beisebol.htm>. Acesso: 5 jun. 2021.

CAMPBELL, J. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo**. 4. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2011. 122 p.

DELGADO, Caroline. **Como a NBA influencia o estilo da juventude negra no Brasil**. [Entrevista concedida a] Gustavo Mesa. VICE Sports, 21 dez. 2018. Disponível em: [www.vice.com/pt/article/a3m9p8/como-a-nba-influencia-o-estilo-da-juventude-negra-no-brasil](http://www.vice.com/pt/article/a3m9p8/como-a-nba-influencia-o-estilo-da-juventude-negra-no-brasil). Acesso em: 01 jun. 2021.

DUARTE, Orlando. **História dos Esportes**. 3. Ed. São Paulo: Senac, 2003.

DUTRA, Juliana Resende. **PRÁTICAS DO OLHAR: ATRELAMENTOS ENTRE ARTE E CULTURA VISUAL**. 2014. 10 f. Monografia (Especialização) - Curso de Artes Visuais-Licenciatura, Artes Visuais, Universidade do Extremo Sul Catarinense (Unesc), Imbituba, 2014. Disponível em: [bit.ly/39vpFvc](http://bit.ly/39vpFvc). Acesso em: 21 mar. 2021.

ESPN. **Bulls 1995-1996 x Warriors 2015-2016: tabus e recordes foram feitos para ser quebrados**. 2016. Disponível em: [espn.com.br/blogs/nbanaespn/571985\\_bulls-1995-1996-x-warriors-2015-2016-tabus-e-recordes-foram-feitos-para-ser-quebrados](http://espn.com.br/blogs/nbanaespn/571985_bulls-1995-1996-x-warriors-2015-2016-tabus-e-recordes-foram-feitos-para-ser-quebrados). Acesso em: 31 maio 2021.

GALEANO, Eduardo. **Futebol ao Sol e à Sombra**. Porto Alegre. L&PM Editores, 2013.

GHISLENI, Taís Steffenello; ROSA, Juliana Rodrigues. **A transformação de um jogador de futebol pela mídia**. Caderno de Educação Física e Esporte, v. 7, n. 13, p. 19-32, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos e pesquisa**. 3a ed. São Paulo: Atlas; 1995:58.

HALBERSTAM, David. **Michael Jordan: a história de um campeão e o mundo que ele criou**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 2013. 448 p.

HALLAM, Tim. **The Last Dance**. Primeira temporada. Netflix. S. I: Jason Hehir, 2020. 508 min, son., col. Série exibida pela Netflix. Acesso em: 05 jul. 2021.

HANDERSON, Joseph L. **Os mitos antigos e o homem moderno**. In: JUNG, Carl G. O homem e seus símbolos. 4.ed., Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008, p.110.

HELAL, Ronaldo; LOVISOLO, Hugo; SOARES, Antonio Jorge. **A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria**. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

HERNÁNDEZ, Fernando. **Cultura visual, mudança educativa e processo de trabalho**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

JOHNSON, Roy. **The Last Dance**. Primeira temporada. Netflix. S. I: Jason Hehir, 2020. 508 min, son., col. Série exibida pela Netflix. Acesso em: 05 jul. 2021.

JORDAN, Michael. **The Last Dance**. Primeira temporada. Netflix. S. I: Jason Hehir, 2020. 508 min, son., col. Série exibida pela Netflix. Acesso em: 05 jul. 2021.

JUNG, Carl, Gustav. **O homem e seus símbolos**. Rio de Janeiro: Novas Fronteiras, 2008.

KLEIN, Naomi. **Sem logo: a tirania da marcas em um planeta vendido** – trad. Ryta Vinagre. 2a. ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**. São Paulo: Futura, 2000.

MAIA, Paulo Roberto de Azevedo. **Canal 100 e a construção do imaginário**. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 23., 2005, Londrina. Anais do XXIII Simpósio Nacional de História – História: guerra e paz. Londrina: ANPUH, 2005. CD-ROM.

MATTOS, Rodrigo. **Como aumentou a importância do futebol na renda da Globo**. Uol, 2019. Disponível em: <[bit.ly/3lxDqxW](https://bit.ly/3lxDqxW)>. Acesso em: 19/03/2021.

MELO, C. T. V. de. **O documentário como gênero audiovisual**. Comunicação & Informação, [S. I.], v. 5, n. 1/2, p. 25–40, 2013. DOI: 10.5216/c&i.v5i1/2.24168. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/24168>. Acesso em: 30 mar. 2021.

MKTESPORTIVO. **‘The Last Dance’ impulsiona Nike e venda de produtos do Chicago Bulls**. 2020. Disponível em: [mktesportivo.com/2020/05/the-last-dance-impulsiona-nike-e-venda-de-produtos-do-chicago-bulls/](https://mktesportivo.com/2020/05/the-last-dance-impulsiona-nike-e-venda-de-produtos-do-chicago-bulls/). Acesso em: 16 jun. 2021.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

NETTO, Renata Soares. **INOVAÇÃO NA MÍDIA TRADICIONAL ESPORTIVA TELEVISIVA: O CASO ESPN DO BRASIL**. 2020. 182 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Jornalismo, Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado, Escola Superior de Propaganda e Marketing – Espm/Sp, São Paulo, 2020.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao Documentário**. Trad. Mônica Saddy Martins. 5 ed. Campinas, SP: Papyrus, 2012. - (Coleção Campo Imagético).

NOGUEIRA, Jane das Graças. **A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DO ALUNO ADOLESCENTE NO DOCUMENTÁRIO PRO DIA NASCER FELIZ, DE JOÃO JARDIM**. Memento, Três Corações, v. 2, n. 10, p. 1-17, nov. 2019. Semestral. Disponível em: <http://periodicos.unincor.br/index.php/memento/article/view/6035>. Acesso em: 13 maio 2021.

NOVA, Daniel Vila. **AIR JORDAN 1**. 2021. Disponível em: <https://gamarevista.uol.com.br/estilo-de-vida/objeto-de-analise/air-jordan-1/>. Acesso em: 31 maio 2021.

OZANIAN, Kurt Badenhausen e Mike. **As 10 equipes mais valiosas da NBA em 2021**. 2021. Disponível em: <https://www.forbes.com.br/listas/2021/02/as-10-equipes-mais-valiosas-da-nba-em-2021/>. Acesso em: 15 maio 2021.

PASTRE, Tais Glauce Fernandes de Lima; PASTRE, Marcelo. **Basquetebol: elementos para um processo de ensino-aprendizagem**. Curitiba: Intersaberes, 2021. 278 p.

PESSOA, Luísa Ágnes de Souza. **As Imagens e o Imaginário na Sociedade Contemporânea: Uma Breve Reflexão A Partir do Filme O Quarto de Jack**. In: XX CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE –, 20., 2018, Campo Grande. v. 1, p. 1-15. Disponível em: [bit.ly/31tQQSG](http://bit.ly/31tQQSG). Acesso em: 23 mar. 2021.

PIRES, Giovani De Lorenzi. **Educação Física e o Discurso Midiático, abordagem crítico-emancipatória**. Ed. Unijuí, 2002.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... o que é mesmo documentário?**. São Paulo: Senac/SP, 2008, p. 22.

RODRIGUES, Nelson. **O reacionário**. Rio de Janeiro: Editora Record, 1977.

ROSENBLATT, Roger. **Sports in America**. In: **U.S. Society & Values**, Electronic Journal of the U.S. Department of State. 2003. Disponível em: Acesso em 03 mar. 2021.

RUBIO, Kátia. **O atleta e o mito do herói: o imaginário esportivo contemporâneo**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.

SACCO, Guilherme. **LeBron vs Jordan virou apenas uma questão de narrativa e gosto**. 2020. Disponível em: [http://www.espn.com.br/blogs/espnleague/775733\\_lebron-vs-jordan-virou- apenas-uma-questao-de-narrativa-e-gosto](http://www.espn.com.br/blogs/espnleague/775733_lebron-vs-jordan-virou- apenas-uma-questao-de-narrativa-e-gosto). Acesso em: 26 maio 2021.

SACRISTÁN, Martín. **COMO UM ATLETA SE TRANSFORMOU EM UMA MARCA? MICHAEL JORDAN E A NBA**. 2021. Disponível em: <https://barcainnovationhub.com/pt/como-um-atleta-se-transformou-em-uma-marca-michael-jordan-e-a-nba/>. Acesso em: 1 jun. 2021.

SALLEY, John. **The Last Dance**. Primeira temporada. Netflix. S. I: Jason Hehir, 2020. 508 min, son., col. Série exibida pela Netflix. Acesso em: 05 jul. 2021.

SILVA, Luan Knaya Marques. **Where Amazing Happens: o sucesso mundial da NBA**. 2010. 78 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Publicidade e Propaganda) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

SWANT, Marty. **As marcas mais valiosas do mundo em 2020**. 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/listas/2020/07/as-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2020/#foto13>. Acesso em: 1 jun. 2021.

TEIXEIRA, Karoline Viana. **Orgia dos Sentidos: A construção do corpo nas imagens de Olympia, de Leni Riefenstahl**. 2008. 188 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de História Social, Departamento de História, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2008.

THE LAST DANCE, **primeira temporada**. Netflix. S. l.: Jason Hehir, 2020. 508 min, son., col. Série exibida pela Netflix. Acesso em: 16 jul. 2021.

TOMAIM, Cássio dos Santos. **O documentário como “mídia de memória”: afeto, símbolo e trauma como estabilizadores da recordação**. In: Dossiê A pesquisa em cultura audiovisual: novos desafios e aportes teóricos. 2016., v. 43, nº 45, p. 96-114.

TOLEDO, Luiz Henrique. **No país do futebol**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2004. 2v.v1: Porque as notícias são como são.

TUBINO, M.J.G: TUBINO, F. M. e GARRIDO, F. A. C. G. **Dicionário Enciclopédico Tubino do Esporte**. Primeira edição. RJ: Editora Senac, 2007.

UOL, Esporte. **Entretenimento ou apelação? A NBA tem até corrida de bebês no intervalo da NBA**. 2016. Disponível em: <https://uolesporte.blogosfera.uol.com.br/2015/11/26/entretenimento-ou-apelacao-nba-tem-ate-corrída-de-bebes-no-intervalo/>. Acesso em: 01 jun. 2021.

VIANA, Gustavo. **Nike vê aumento de vendas com série sobre Jordan e destaca impacto cultural**. [Entrevista concedida a] Brunno Carvalho. UOL, São Paulo. Disponível em: [www.uol.com.br/esporte/basquete/ultimas-noticias/2020/05/19/nike-ve-aumento-de-vendas-com-serie-sobre-jordan-e-destaca-impacto-cultural.htm](http://www.uol.com.br/esporte/basquete/ultimas-noticias/2020/05/19/nike-ve-aumento-de-vendas-com-serie-sobre-jordan-e-destaca-impacto-cultural.htm). Acesso em: 16. mai. 2021.

VICENTINI, Rodrigo. **“Brasileiro ama NBA. Já são mais de 41 milhões de fãs, mas falta de estrutura tira jogos do País”**. [Entrevista concedida a] Marcius Azevedo. Estadão, São Paulo. Disponível em: <https://esportes.estadao.com.br/noticias/basquete,brasileiro-ama-nba-ja-sao-mais-de-41-milhoes-de-fas-no-brasil,70003452538>. Acesso em: 21. mai. 2021.

VOGLER, C. **A jornada do escritor: estruturas míticas para escritores**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

YANEZ, Carlos Ivan. El Balon puede esperar. **Chasqui: revista latinoamericana de comunicación**. Quito: Ciespal, n. 51, p. 48-51. Júlio 1995.