

A PRODUÇÃO DE SENTIDOS DE DISCURSOS RACISTAS: O CASO DE VINI JR NO EL CHIRINGUITO DE JUGONES

THE PRODUCTION OF MEANING IN RACISM DISCOURSES: THE VINI JR CASE AT CHIRINGUITO DE JUGONES

LA PRODUCCIÓN DE SENTIDO EN EL DISCURSOS RACISTAS: EL CASO VINI JR EN EL CHIRINGUITO DE JUGONES

Marcio Morrison Kaviski Marcellino¹

marciomorrison@hotmail.com

Paulo Henrique Semicek²

paulohsemicek@gmail.com

Lídia Paula Trentin³

lidiapaulatrentin@gmail.com

RESUMO

Durante o programa esportivo espanhol “El Chiringuito de Jugones”, o convidado Pedro Bravo, afirmou que o jogador brasileiro, Vinicius Júnior, deveria parar de “hacer el mono”, ou em livre tradução, “fazer macaquice”. A partir disso, o artigo questiona: de que forma a fala racista, direcionada ao jogador Vinícius Júnior no programa esportivo “El Chiringuito de Jugones”, circulou no X (Twitter) e como os sentidos produzidos pelos atores sociais emergem nesse processo? A partir disso, o objetivo da pesquisa é compreender quais os sentidos que emergem dos atores sociais a partir da fala racista, observando o modo como estes circulam no X (Twitter). No campo teórico, discute-se o conceito de circulação a partir da midiaticização e as construções midiáticas do jornalismo esportivo. Como metodologia, baseia-se em um estudo de caso midiaticizado, observando três sentidos principais que emergem das disputas de sentido: O racismo em circulação e em lugar de disputa - online e offline; O racismo a partir de lógicas de jogo e um debate entre atores e instituições (coletivos e jornalismo esportivo).

Palavras-chave: Circulação; Construção Midiática; Racismo.

¹ Pós Doutorando com bolsa FAPESP JC IV no CePIL(NIPE) da Unicamp.

² Doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos.

³ Doutora em Comunicação e Linguagens na Universidade Tuiuti do Paraná.

ABSTRACT

During the Spanish sports program “El Chiringuito de Jugones”, guest Pedro Bravo stated that the Brazilian player, Vinicius Júnior, should stop “hacer el mono”, or in free translation, “mimic a monkey”. Furthermore, the article questioning: how did racist speech, directed at player Vinicius Júnior on the sports program “El Chiringuito de Jugones”, circulate on X (Twitter) and how do the meanings produced by social actors emerge in this process? From this, the objective of the research is to understand what meanings emerge from social actors based on racist speech, observing the way they circulate on X (Twitter). In the theoretical field, the concept of circulation based on mediatization and the media constructions of sports journalism are discussed. As a methodology, it is based on a mediatized case study, observing three main meanings that emerge from disputes over meaning: Racism in circulation and in place of dispute - online and offline; Racism based on game logic and a debate between actors and institutions (collectives and sports journalism).

Key words: Circulation; Media Construction; Racism.

RESUMEN

Durante el programa deportivo español “El Chiringuito de Jugones”, el invitado Pedro Bravo afirmó que el jugador brasileño Vinicius Júnior debería dejar de “hacer el mono”. A partir de esto, el artículo se pregunta: ¿cómo circuló en X (Twitter) el discurso racista dirigido al jugador Vinicius Júnior en el programa deportivo “El Chiringuito de Jugones” y cómo emergen los significados producidos por los actores sociales en ese proceso? A partir de esto, el objetivo de la investigación es comprender qué significados emergen de los actores sociales a partir del discurso racista, observando la forma en que circulan en X (Twitter). En el ámbito teórico se discute el concepto de circulación basado en la mediatización y las construcciones mediáticas del periodismo deportivo. Como metodología, se basa en un estudio de caso mediatizado, observando tres significados principales que emergen de las disputas sobre el significado: Racismo en circulación y en lugar de disputa - en línea y fuera de línea; Racismo basado en lógicas de juego y debate entre actores e instituciones (colectivos y periodismo deportivo).

Palabras clave: Circulación; Construcción de medios; Racismo.

1 CONTEXTUALIZANDO A PESQUISA

Na noite do dia 15 de setembro de 2022, o programa “El Chiringuito de Jugones”, debate futebolístico da emissora espanhola Mega, promovia um debate a respeito das comemorações de gols do atacante brasileiro Vinícius Júnior, do Real Madrid. Em determinado momento, o então presidente da Associação Espanhola de Empresários de Jogadores, Pedro Bravo, afirmou que Vinicius deveria parar de “hacer el mono”, o que em uma tradução livre significaria “fazer macaquices”.

O termo, de conotação racista, foi utilizado por Bravo para insinuar que as celebrações de gol de Vinicius, que envolvem danças, seriam um desrespeito aos seus colegas de profissão. Logo que o fato repercutiu em redes sociais, como o Twitter, as discussões ganharam maior profundidade.

Essa repercussão evoca o conceito comunicacional de circulação, aplicado ao universo das redes sociais digitais. Como provocação inicial, argumenta-se que a disseminação do assunto nas redes gera uma produção de sentidos diversa e multifacetada, dado o impacto do futebol em um contexto global de mídia. O presente artigo, portanto, se norteia pela seguinte pergunta de pesquisa: de que forma a fala racista, direcionada ao jogador de futebol Vinícius Júnior no programa esportivo “El Chiringuito de Jugones”, circulou no X (Twitter) e como os sentidos produzidos pelos atores sociais emergem nesse processo?

Desta forma, o objetivo principal do artigo é compreender quais os sentidos que emergem dos atores sociais a partir da fala racista de Pedro Bravo, observando o modo como estes circulam no X (Twitter). Para complementar tal busca, propõe-se ainda refletir sobre o papel que o jornalismo cumpriu no episódio.

A análise proposta se dará a partir de *tweets* que repercutem diretamente o ato praticado no programa “El Chiringuito de Jugones”. Neste recorte, serão consideradas as postagens que abordam o assunto e também as interações subsequentes a estas publicações. A proposta metodológica, portanto, envolve um olhar qualitativo para os sentidos que estão circulando, dentro do corpus delimitado, e o modo como eles dialogam com o comentário racista feito no programa. Logo, a metodologia se aplica a

partir de um estudo de caso midiaticizado, que leva a circulação como chave de conexão da análise.

Em termos teóricos, o artigo se debruça sobre a circulação na perspectiva da midiaticização, estabelecendo um debate entre autores como Fausto Neto (2009; 2015 e 2018) e Rosa (2016 e 2019). Para consolidar a noção de estudo de caso midiaticizado, traz-se um aporte baseado nas discussões levantadas por Weschenfelder (2021).

Um segundo momento de fundamentação teórica traz a problematização a respeito do jornalismo esportivo como elemento de agendamento midiático que alterna informação e entretenimento (DOS SANTOS *et al.*, 2007), em decorrência de uma espetacularização que se sobrepõe ao aprofundamento dos próprios temas debatidos em programas do gênero (GUEDES, 2025). Esta ideia de um jornalismo esportivo imerso na lógica do entretenimento é confrontada com a necessidade de fundamentos epistemológicos e compromissos éticos que a produção jornalística, e o jornalismo esportivo não é diferente, deve sustentar (ROJAS-TORRIJOS; NÖLLEKE, 2023; KARAM, 2004).

Por meio dessa construção teórico-metodológica, o artigo levanta uma hipótese que conecta o desenrolar do episódio de racismo do “El Chiringuito de Jugones” e a consequente circulação de sentidos. Em suma, é possível observar que o discurso racista do programa ecoa entre os atores sociais, produzindo novos discursos e novos sentidos a partir de uma lógica de circulação. Assim, o racismo contido no ato não foi apenas colocado em circulação, mas também corroborado, em algum nível, com a atribuição de valor e sentido ao episódio.

2 A CIRCULAÇÃO DE SENTIDOS E A MIDIATIZAÇÃO DOS PROCESSOS SOCIAIS

Como parte do desenvolvimento teórico e metodológico deste artigo é essencial compreender o conceito de circulação de sentidos a partir da perspectiva da midiaticização e o impacto das discussões dos atores sociais nas redes. O panorama da midiaticização prevê reestruturações nas práticas e processos sociais a partir de uma mudança da ambiência em que nos encontramos. Essas modificações remodelam o

tecido social e as instituições como, por exemplo, o impacto dos atores sociais nas práticas jornalísticas através da circulação de sentidos.

Em um primeiro momento, é necessário compreender a etimologia de sentido para a midiatização. De acordo com Rosa (2019, p. 156), o sentido é o que está em tensão durante o processo de circulação. “É resultado da ação da mente e, portanto, sempre produto de defasagens e dissonâncias, já que não há condições de definir um sentido único”. Em outras palavras, por sentido compreendemos as tensões e discursos que emergem do debate entre os próprios atores sociais e até mesmo entre os atores sociais e o jornalismo enquanto instituição.

O sentido nesse artigo, portanto, está em transição e na tensão que emerge nos discursos colocados em rotação nas redes sociais em uma sociedade em processo de midiatização, na qual as são afetadas as lógicas e o processo de interação entre atores sociais e o jornalismo. Fausto Neto (2008, p. 6) complementa afirmando que “a circulação re-situa além das interações, conceitos clássicos ao processo da comunicação, como por exemplo o de notícia e o de acontecimento”.

É justamente desse jogo interacional de contato entre polos que nasce o processo de circulação de sentidos. Como afirma Fausto Neto (2018), a partir de uma ambiência em midiatização, surgem traços circulatórios que emergem de dinâmicas de processos comunicacionais. Consequentemente, configuram-se *feedbacks* complexos em torno de acoplamentos que geram novas interações atravessadas por lógicas e gramáticas diversas. Ainda de acordo com o autor, o trabalho da circulação está situado em uma dimensão de articulação entre produção e recepção, porém, em um estado em que o polo da recepção não é passivo.

Da perspectiva desta proposta, a circulação é concebida como “região” na qual os sentidos não apenas transitam, mas também são tecidos. Os efeitos da midiatização permitem que o modo de observá-la passam a reconhecê-la e a conceituá-la como um fenômeno complexo. Entendido como uma região que não é passiva, mas dotada de um status engendrante, pelo menos, por duas razões. A primeira, porque sentidos produzidos em produção e recepção sofrem também as injunções da circulação, na medida em que ela se constitui em “zona” que os prepara, uma vez situada na articulação das instâncias de produção e de recepção. E, em segundo lugar, porque sentidos não podem ali trafegar sem interferências ou imunes às diferenças e lógicas dos seus nichos

produtivos, bem como da sua dinâmica da circulação (FAUSTO NETO, 2018, p. 30).

Portanto, pensar na circulação é pensar no embate que emerge de uma recepção que observa, compreende, consome e contrapõe em idas e vindas a produção de sentido, criando discursos que tomam espaço e fôlego nas redes sociais. Como complementa Fausto Neto (2008, p. 6), “novas percepções evoluem sobre a questão através da qual as interações mídias e receptores passam a ser rastreados, sob o signo de novas interrogações”.

Do ponto de vista empírico deste artigo, é necessário debater o modo no qual as imagens entram em circulação nas redes sociais. Em outras palavras, de que forma o discurso jornalístico entra em disputa em forma de imagens e vídeos no X (Twitter) criam e recriam lógicas a partir das interações entre os sujeitos ativos.

Nesse sentido, Rosa (2019) aponta para a importância das imagens na contemporaneidade. De acordo com a autora, as imagens são compartilhadas como representações cotidianas e são feitas para circular. “Isto traz um desafio essencial para a comunicação: compreender quais imagens e, conseqüentemente, quais imaginários estão sendo postos em circulação” (ROSA, 2019, p. 156).

É possível dizer que as imagens midiáticas apresentam uma tripla condição: a) afetam o coletivo, mobilizando a produção de sentido e a consolidação ou não de imaginários sociais; b) emergem de uma disputa pela atribuição de valor ao visível; e c) implicam o desenvolvimento de domínios técnicos e apropriações não antes necessários, mas que no espaço da mediação se consolidam pelas condições de acesso aos aparatos. É neste cenário que nos deparamos com novos modos de pensar, ver, produzir e compartilhar imagens (ROSA, 2019, p. 156).

Em resumo, as imagens em circulação remodelam práticas e processos sociais nas redes, afetando lógicas por disputas de sentido e de valor. Entre as lógicas afetadas está o próprio jornalismo que observa atentamente os discursos que emergem das discussões nas redes. Esse movimento é o que Rosa (2019, p. 166) conceitua como fagia midiática, “em sentido complementar, a fagia midiática se instaura quando as

instituições jornalísticas retomam a imagem expelida pelos atores sociais e a recobrem com novos sentidos, agora os das regras do jornalismo”.

Ainda de acordo com a autora, a fagia midiática é um processo contínuo entre os atores sociais, ou seja, uma fagia é derivada da outra em uma relação em que o fluxo e o consumo são intermináveis e os sentidos criados a partir dessas ações são múltiplos. Nesse caminho, o jornalismo enquanto instituição observa o movimento e produz, a partir dele, um novo discurso noticioso inserindo os atores sociais no processo de produção jornalística.

Nessa perspectiva Rosa (2016) alerta que isso não significa que o ator social tem poder enquanto sujeito. Para a autora, a fagia midiática ocorre, nesse sentido, por quatro motivações.

1) a constatação da ausência ou da falibilidade da presença diante dos fatos – é o caso de imagens de um acidente de trânsito feitas por amadores; 2) o reconhecimento de uma produção imagética – uma exposição fotográfica, uma página da internet ou vídeo com muita repercussão que transforma o seu autor em notícia; 3) agendamento de softnews – caso de vídeo de amadores que não são surpreendentes pelo conteúdo, mas que ganham notabilidade na própria web, como crianças cantando ou animais; e 4) poder do amador em si, seu capital. (ROSA, 2016, p. 74).

As imagens em circulação nas redes sociais, portanto, são utilizadas pelo jornalismo a partir de uma necessidade em acolher os sentidos que são produzidos nas redes sociais. Isso se deve, em partes, à necessidade do jornalismo em aproximar os atores sociais da notícia e recriar vínculos entre o jornalismo e a sociedade.

Em suma, o processo de circulação de imagens nas redes sociais reestrutura o jornalismo enquanto instituição a partir dos discursos gerados pelas disputas de sentido. O próximo tópico aborda outro elemento chave para a construção empírica deste artigo: as construções midiáticas no âmbito do jornalismo esportivo.

3 CONSTRUÇÕES MIDIÁTICAS DO JORNALISMO ESPORTIVO

A construção midiática no âmbito do jornalismo esportivo significa reconhecer a apresentação de perspectivas que o diferenciem de outras práticas jornalísticas e

estabelecem um limite do que constitui sua atuação profissional (ROJAS-TORRIJOS; NÖLLEKE, 2023, p.857).

Logo, há um entendimento de que o jornalista esportivo, balizado pelo seu local de trabalho, constrói midiaticamente o que está observando e deve reportar, retirando o fato de um estado, pode-se dizer, bruto da informação. “O acontecimento não é jamais transmitido em seu estado bruto, pois, antes de ser transmitido, ele se torna objeto de racionalizações: pelos critérios de seleção dos fatos e dos atores (...)” (CHARAUDEAU, 2007, p. 151).

Naturalmente, esta operação de seleção implica em um desafio ético fundamental. Isto porque, ao identificar critérios que destacam mais ou menos um fato, existe uma preocupação ética sob o profissionalismo que permeia estas escolhas; se um veículo jornalístico destaca um jornalista, supõe-se remunerado, para a cobertura ou análise de certo acontecimento, há uma implicação de que este movimento possui um princípio ético.

“(...) toda decisão de comunicar alguma coisa é, ao mesmo tempo, uma decisão de não comunicar outras. Assim, os jornais não são neutros, imparciais, apartidários ou independentes, como querem fazer crer, pelo contrário, são parciais e situados politicamente na sociedade. Ao apresentarem julgamentos e opiniões como fatos, os jornais participam ativamente da construção dos próprios fatos” (SANTOS; COSTA, 2024, p.237).

No âmbito do jornalismo esportivo, é possível questionar como esta construção midiática dos fatos se alinha com a gradual conversão da profissão, nesta área, em um fator também de entretenimento, especialmente televisivo. Guedes (2025, p.248), aponta as redes sociais como elemento fundamental para a conversão recente do jornalismo esportivo em um ator que deve disputar atenção e se apropriar de elementos destas ambiências não somente para marcar presença no fluxo de notícias, mas também para, por vezes com entretenimento, manter relevância.

Isto não diminui, de maneira alguma, a responsabilidade das empresas jornalísticas, especialmente com conteúdo esportivo, sobre as construções midiáticas, pelo contrário: independentemente de serem meios dominantes ou alternativos, há

epistemologia que justifica o modo como os fatos de cada veículo são construídos midiaticamente (KARAM, 2004, p. 129).

A problematização sobre a relação desta modalidade com o entretenimento se intensifica, especialmente quando se propõe o debate a respeito do agendamento midiático de produtos jornalísticos que claramente combinam informação e entretenimento (DOS SANTOS *et al.*, 2017, p. 97). No contexto brasileiro, nota-se ainda uma certa preservação de estereótipos e de todo um estilo de produção de conteúdo.

O que se apresenta no jornalismo esportivo contemporâneo, portanto, é uma forte tendência de transformação do mesmo em meio de promoção do entretenimento em detrimento de se preservar como um meio informativo, tanto com relação à forma, como com relação aos seus conteúdos (DOS SANTOS *et al.*, 2017, p. 97).

Ao manter determinados formatos de produção jornalística, supostamente em nome da manutenção da audiência, o jornalismo esportivo que se vale do entretenimento pode ser criticado pelo reforço de estereótipos e a ocorrência de formas de discriminação, caso o agendamento midiático de tais programas não proponha o esporte como elemento de transformação social.

Se o recorte recai sobre a cobertura apenas do futebol, como indica ser a tendência da maioria dos produtos jornalísticos esportivos brasileiros (LEMES; TEMER, 2018, p. 93), observa-se ainda uma certa naturalização de discriminações que são menos debatidas em nome da preservação das dinâmicas de cobertura do futebol. “A naturalização dos estereótipos e preconceitos compartilhados por meio de gírias e expressões que fazem parte do ambiente futebolístico (...) fazem com que se transformem em representações menos conscientes” (LEMES; TEMER, 2018, p. 99).

Há, desta forma, intersecções nas quais a prática jornalística esportiva sente a necessidade de fazer parte de um espetáculo, integrado à lógica das redes. Em um cenário de disputa de atenção do público, é interessante notar como todos os temas que perpassam pelo jornalismo esportivo (a questão racional, como aborda este estudo, é um

deles) naturalmente se organizam em uma dinâmica de rede que fortalece a relação entre jornalismo e entretenimento (GUEDES, 2025, p.249).

Cabe aqui estabelecer o paralelo com o jornalismo esportivo espanhol e a sua relação com o infotainment. Para Rojas-Torrijos (2015, p. 52), houve também um movimento de grandes meios de comunicação para transformar a cobertura esportiva em um objeto de entretenimento.

Desde que as notícias passaram a formar parte do mundo do espetáculo, muitos meios se decantaram em formatos de puro entretenimento como base de estratégia de negócio, o que é perfeitamente lícito. No entanto, em algumas ocasiões, isto gera certa confusão na audiência, ao tratar de mostrar como jornalístico o que é apenas comunicação, de vender como informação aquilo que, em essência, se fundamenta em critérios comerciais, de *share* ou de viralização (ROJAS-TORRIJOS, 2015, p. 52, tradução nossa⁴).

No caso destacado por este estudo, que por sua repercussão midiática mundial já passou por observações metodológicas com outros objetivos acadêmicos, o que cabe problematizar é, diante de uma questão consideravelmente pertinente, como é o racismo, se este espaço midiático dos programas esportivos televisivos de fato consegue exercer algum compromisso social. Com tantos enunciados que evidenciam a urgência de uma discussão profunda sobre o racismo justamente em um contexto de construções midiáticas de grande consumo de público (Coimbra; De Sousa, 2023, p.30), percebe-se um conflito entre a relevância social do tema e as questões comerciais desse jornalismo que por vezes se alinha com o entretenimento televisivo.

A construção midiática, desta forma, acaba por produzir certas distorções que pautam o debate público e impactam no modo como a audiência discute efetivamente um determinado tema. Ademais, é pertinente questionar se uma distorção provocada por interesses comerciais não afasta o jornalismo esportivo do seu compromisso social. “O não-seguimento dos parâmetros éticos inscritos nos principais códigos deontológicos da

⁴ Desde que las noticias entraron a formar parte del mundo del espectáculo, muchos medios se han decantado hacia formatos de puro entretenimiento como base de su estrategia de negocio, lo que es perfectamente lícito, pero, en ocasiones, genera cierta confusión en la audiencia, al tratar de mostrarse como periodístico lo que solo es comunicación, de “venderse” como información aquello que en esencia se fundamenta en criterios comerciales, de share o de viralidad (ROJAS-TORRIJOS, 2015, p. 52).

profissão pode ocasionar em um preocupante deterioramento da qualidade dos conteúdos (...)” (ROJAS-TORRIJOS, 2015, p. 55, tradução nossa⁵).

Para a etapa de procedimentos metodológicos, portanto, parte-se de um episódio específico de um programa esportivo televisivo, dentro do debate a respeito do entretenimento televisivo e com implicações diretas nas discussões que esta audiência é capaz de promover a respeito de uma determinada e urgente questão social.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

Para compreender e desenvolver os aspectos abordados nos objetivos do artigo, o percurso metodológico se baseia no estudo de caso midiaticado. O caso analisado nesta pesquisa emerge da fala do então presidente da Associação Espanhola de Empresários de Jogadores, Pedro Bravo, durante o programa televisivo “El Chiringuito de Jugones”.

Enquanto um estudo de caso midiaticado, a óptica de observação não se dá apenas à fala do empresário, mas abriga de que forma os atores sociais, coletivos e o próprio jornalismo enquanto instituição estão inseridos nas produções de sentido nas redes sociais após a fala a longo prazo. Por isso, a observação se deu na rede social X (Twitter) entre o marco inicial do caso (a fala de Pedro Bravo no dia 12 de setembro de 2022 até janeiro de 2024).

Porém, antes da análise é necessário compreender de que forma é elaborado um estudo de caso midiaticado. Para Weschenfelder (2021), um estudo de caso midiaticado está inserido em um jogo complexo entre a sociedade e a mídia enquanto instituição, de forma que os atores e coletivos produzem sentido e afetam o que é abordado no jornalismo. “E, desta feita, não realizam apenas atividades derivadas de um lugar como o da recepção, mas passam a interagir inclusive enquanto coprodutores” (WESCHENFELDER, 2021, p. 5).

⁵ “El no seguimiento de los parámetros éticos recogidos en los principales códigos deontológicos de la profesión puede ocasionar un preocupante deterioro de la calidad de los contenidos (...)” (ROJAS-TORRIJOS, 2015, p. 55).

Entendemos que para desenvolver um estudo de caso, que esteja inserido nessa nova organização socio-comunicacional, é necessário voltar o olhar para a totalidade do fenômeno, buscando compreendê-lo através de atividades interacionais, além do foco nas plataformas midiáticas, bem como dos meios (WESCHENFELDER, 2021, p. 5).

Em outras palavras, um estudo de caso mediatizado é caracterizado pelo jogo interacional presente entre os fluxos de debate de sentido entre os polos, permitindo compreender a ambiência posta em evidência pelas operações entre instituições e coletivos e atores sociais. “Além disso, sugere a prática de diferentes táticas que venham possibilitar adequações relativas à complexidade dos observáveis, segundo processos interacionais que se manifestam nessa ambiência” (WESCHENFELDER, 2021, p.15).

A próxima etapa metodológica é, portanto, descrever o processo de análise. Ou seja, desenvolver a construção do caso mediatizado e a forma como se procederam os eventos relativos ao caso do programa El Chiringuito.

4.1 A construção do caso mediatizado - El chiringuito de jugones em foco

É necessário para o desenvolvimento do estudo de caso mediatizado compreender o programa El Chiringuito de Jugones. O programa é exibido desde 2014 pela emissora espanhola Mega de domingo à quinta-feira das 00h00min às 2h45min e segue o formato de debate esportivo ou mesa redonda (apresentador e comentaristas).

No programa exibido no dia 16 de setembro de 2022, o atacante brasileiro do Real Madrid, Vinicius Jr, foi alvo de críticas e comentários racistas do presidente da Associação de Agentes Espanhóis, Pedro Bravo.

"Tem que respeitar o adversário. E quando você marca um gol em seu adversário, se quiser sambar, vá para o Sambódromo, no Brasil. Aqui, o que você tem que fazer é respeitar seus companheiros de profissão e deixar de brincar de macaco. Tem que respeitar" (PEDRO BRAVO, comentário exibido no programa El Chiringuito de Jugones, 2022).

Obviamente, a fala racista de Pedro Bravo repercutiu nas redes sociais e foi alvo de produção de sentido entre torcedores espanhóis, brasileiros e a comunidade esportiva. Com o impacto negativo da fala, o dirigente foi às redes sociais para se desculpar sobre o ocorrido. Em sua conta no X (Twitter) Pedro escreveu:

"Quero esclarecer que a expressão 'brincar de macaco' que usei mal para descrever a dança de comemoração do gol de Vinicius foi feita metaforicamente. Como minha intenção não era ofender ninguém, peço sinceras desculpas" (PEDRO BRAVO, comentário em seu X, 2022).

Com a repercussão imediata nas redes sociais, os veículos de imprensa do mundo inteiro continuaram a noticiar o ocorrido. No Brasil, os principais veículos de mídia acompanharam o caso de perto como: ESPN, Globo, Folha de São Paulo, Estadão, entre outros.

Figura 01 – O discurso na imprensa brasileira



Fonte: Reprodução X (Twitter), 2024

Quatro dias após o ocorrido, o atacante Vinícius Júnior foi coagido pela equipe televisiva do programa El Chiringuito de Jugones a não publicar seus vídeos de resposta se manifestando contra o racismo sofrido nas redes sociais. De acordo com a ESPN internacional, o jogador recebeu uma série de telefonemas e mensagens de texto o pressionando a não vincular o nome do programa ao caso de racismo. Em tom de ameaça, uma das mensagens afirmava que se Vinicius publicasse o vídeo, o programa iria o destruir⁶.

Mesmo assim, uma série de manifestações começaram a ocorrer nas redes sociais por parte de brasileiros, torcedores do Real Madrid e pessoas contrárias às falas

⁶ Disponível em: <https://www.espn.com.br/futebol/real-madrid/artigo/_/id/10962159/vinicius-jr-foi-intimidado-programa-televisao-nao-publicar-video-contra-racismo>.

presentes no programa. Para isso, *hashtags* como #BailaVini e #RacismoenAtresMedia foram utilizadas.

Por se tratar de um dos principais jogadores do Real Madrid, Vinicius Júnior segue sendo pauta no programa esportivo Chiringuito de Jugones. Na final da Supercopa da Espanha de 2024, após marcar 3 gols e dar uma assistência contra o Barcelona, o jogador voltou a ser alvo de debate do programa nas redes.

Portanto, vale destacar que as imagens do programa televisivo sobre Vinicius Júnior continuam sendo postas em circulação pelos veículos de mídia nacional e internacional. Em decorrência disso, surgem uma gama de produções de sentido e jogos de poder nas redes sociais que colocam em circuitos discursos e atritos entre coletivos, atores sociais e o jornalismo enquanto instituição. Os *tweets* e imagens analisados por esse trabalho, portanto, são fruto desse movimento que começa em 16 de setembro de 2022 e que continua em ascensão e em choque até então (janeiro de 2024).

4.2 Os sentidos produzidos e o papel do jornalismo em um cenário social

a) O racismo em circulação e em lugar de disputa - *online* e *offline*

O primeiro sentido que é observado em circulação nas redes sociais pelos atores sociais e coletivos é a própria reverberação do discurso racista colocado em pauta pela fala veiculada no programa televisivo El Chiringuito de Jugones.

Como observa Tessarotto (2025), o olhar para o processo de circularidade nos permite inferir aspectos discursivos. Nesse sentido, olhar as discursividades postas em pauta no caso de Vini Jr e no programa televisivo “é observar as marcas de criação de coletivos na circulação, localeste, das diferenças/defasagens, onde observamos parcialidades e/ou fragmentos destas produções” (TESSAROTTO, 2025, p.6).

Dois dias após a fala de Pedro Bravo no programa televisivo foi possível observar de que forma a fala racista contra Vinicius Júnior impactou o cenário social. Em primeiro momento, é possível observar o fenômeno racista sendo discutido nas redes sociais e tomando corpo em ambientes *offline* a partir do aglutinamento dos

coletivos e atores sociais. Em outras palavras, o primeiro sentido observado por este artigo é o do discurso racista em essência, da ofensa, do crime que se estende para os ambientes *online* e *offline*. Do ator social e de coletivos que tem seu pensamento validado a partir do discurso jornalístico. O fato pode ser observado na imagem a seguir retirada do X (Twitter) dois dias depois da fala veiculada no programa televisivo.

Figura 02 – O discurso em disputa em ambientes *offline*



Fonte: Reprodução X (Twitter), 2024.

O *tweet* da conta Copa Além da Copa apresenta um vídeo de nove segundos, dois dias após a fala de Pedro Bravo, com torcedores do Atlético de Madrid (aqui compreendemos esse grupo enquanto coletivos, torcedores) cantando “Vinicius você é um macaco”. É interessante com esse exemplo observar a forma como os coletivos utilizam da fala do programa televisivo como uma “chancela” para reverberar o discurso de ódio.

Nesse sentido, os receptores não só recebem, mas reagem e ecoam o próprio discurso que observam na mídia. Em outras palavras, como dito anteriormente, nesse caso, a fala no programa jornalístico credencia o racismo. Esse sentido é destacado pelo próprio *tweet* que afirma que “A fala de Pedro Bravo foi a senha para liberar o racismo contra o jogador”.

Aqui cabe também uma segunda inferência empírica. O Atlético de Madrid é historicamente o rival do Real Madrid, time de Vinícius Júnior. É comum entre torcidas rivais a prática de ofensas em dias de dérbi. Nesse sentido, o coletivo de torcedores do Atlético de Madrid utiliza o discurso racista como uma forma de provocação, como um anti-jogo, fora das quatro linhas.

Uma segunda observação coletada no X (Twitter) também apresenta o discurso racista em disputa entre os atores sociais na rede. Em um primeiro momento, é possível observar uma imagem de cunho racista do perfil Lewansex com o atacante francês Karim Benzema, naquele momento jogador do Real Madrid, segurando um macaco. O perfil então escreve a seguinte frase: “Como esquecer dessa foto do Benzema com o Vinicius”.

Figura 03 – O discurso ecoado em criações racistas



Fonte: Reprodução X (Twitter), 2024

A imagem então é repostada pela conta Semiazza1 que questiona o discurso racista e se opõe ao ato criminoso pedindo para outros membros do X (Twitter) denunciarem a conta. O que vemos na imagem, portanto, é a representação de Vinicius como um macaco, assim como o discurso de Pedro Bravo no El Chiringuito “el mono”.

Nesse sentido, há um embate entre os atores sociais dentro das redes sociais. Sentidos e discursos diferentes entram em atrito na rede a partir do que está sendo discutido. Há, por um lado, aqueles que utilizam da Fagia Midiática para criar novas formas de enunciação do discurso racista com imagens como a de Benzema com o macaco e, ao mesmo tempo, uma parcela que usa essas publicações para criar discursos antirracistas.

O discurso antirracista pode ser observado na conta do X (Twitter) CejudinRM. O usuário nomeia a conta do programa El Chiringuito de Jugones e questiona o posicionamento constante do programa em usar a imagem do jogador Vinícius Júnior para gerar engajamento a partir de críticas e posicionamentos, segundo o usuário, racistas e de teor violento.

Figura 04 – O anti racismo em pauta



Fonte: Reprodução X (Twitter), 2024.

Em suma, nesse primeiro sentido encontrado, é possível observar pelas imagens e os *tweets* postados em circulação que o discurso ecoa no próprio racismo empregado no episódio que ocorreu no programa *El Chiringuito de Jugones* no dia 12 de setembro de 2022 em ambientes *online* e *offline*. Em contrapartida, há também um contra-discurso onde há uma mobilização de atores sociais que pregam o antirracismo. Nesse sentido, há uma parcela dos atores sociais que, por meio da Fagia Midiática, se apropriam do termo “el mono” em suas postagens e retroalimentam a discussão racista em torno do episódio. E, ao mesmo tempo, os que invertem a lógica presente no discurso do “el mono” a partir de um antirracismo. Em ambos os casos o racismo é tratado como essência, ou seja, o primeiro sentido em circulação encontrado é um discurso puramente racismo versus antirracismo.

b) O racismo a partir de lógicas de jogo

Um segundo de produção de sentidos em circulação está no modo como os atores sociais utilizam lógicas do jogo de futebol para justificar ou balizar um tipo ofensa que, como esta análise demonstra, passa pela questão racial. Desta forma, o que se pode observar é a inserção do racismo como um elemento de debate dentro da temática do futebol, sem dimensionar mais fortemente a gravidade da utilização de certos termos.

A vitória do Real Madrid diante do Barcelona pela Supercopa da Espanha 2023⁷ dimensiona o modo como a questão racial se confunde com outros temas, como a integridade dos árbitros ou o contexto político-econômico do futebol espanhol. Na resposta do usuário Ngwêêêê, exemplificada na imagem, nota-se como a cor de pele de Vinícius Júnior é utilizada como argumentação para uma decisão de âmbito esportivo, em uma confrontação à página do *El Chiringuito de Jugones* no X (Twitter).

⁷ Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-espanhol/jogo/14-01-2024/realmadrid-barcelona.ghml>>.

Figura 05 – Discussões sobre a pele de Vinicius



Fonte: Reprodução X (Twitter), 2024.

Ainda como repercussão da vitória do Real Madrid, em que Vinícius Júnior marcou três dos quatro gols da equipe madrilenha, reforça-se o movimento de normalizar a expressão “mono” como algo menos grave e passível de utilização em uma discussão recorrente de partidas de futebol. Ainda que possa ser publicada como crítica ao termo, nota-se na circulação do termo entre atores sociais uma relativa falta de problematização deste.

A resposta de Andres Munoz, como se observa na imagem seguinte, é na verdade uma crítica à insinuação de outro ator social de que o resultado esportivo não seria justo, no que Andres se refere a Vinicius como “mono”, neste caso para provocar o usuário com o bom desempenho esportivo do atleta nesta partida.

Figura 06 – O termo racista em disputa



Fonte: Reprodução X (Twitter), 2024.

O racismo posto em circulação, portanto, é utilizado aqui como discurso e também contra discurso, mas dentro de âmbito no qual ele não é intensamente criticado. Apesar de este não ser o único movimento de atores sociais diante da circulação da questão racial, como se pode ver em outros momentos desta análise, percebe-se uma tendência de relacionar a questão com críticas de outras naturezas, relacionadas ao clube e ao país onde Vinicius Júnior trabalha.

Aqui cabe uma nova inferência dos autores sobre o universo político, econômico e esportivo no qual se localiza o Real Madrid. É recorrente entre comunicadores contra-

hegemônicos espanhóis a crítica às alegadas relações do presidente do clube, Florentino Pérez, com órgãos governamentais do país⁸ e como esta suposta influência beneficiaria o Real Madrid na manutenção de uma boa construção midiática⁹ da equipe.

Desta forma, é possível que, com uma crítica ao clube no âmbito político, a rivalidade aquecida constantemente por veículos de comunicação e a circulação de sentidos comuns dentro do âmbito do futebol, o termo “mono”, tal qual as outras manifestações racistas observadas, não ganhem a intensidade que deveriam ter e se confundam com provocações de outros âmbitos, tirando parte da gravidade da questão racial como ela se manifesta.

Figura 07 – O esvaziamento do termo em disputa



Fonte: Reprodução X (Twitter), 2024.

c) As práticas do jornalismo esportivo e a repercussão de atores sociais

⁸ Disponível em: <https://twitter.com/ctxt_es/status/1749368465041866927>

⁹ Disponível em: <<https://twitter.com/JCarlosILadron/status/1749480437871780128>>.

Um outro ponto colocado em circulação a partir do programa Chiringuito de Jugones é a reação de alguns atores sociais ao perceberem uma possibilidade de crítica à condução que o programa faz do caso envolvendo o comentarista Pedro Bravo. A produção de sentidos aqui toma uma direção de reconhecer não apenas uma atitude racista de Bravo, mas também de ressaltar a atitude (ou falta de) do programa em ser mais ágil e efetivo diante da situação.

Este movimento, do modo como circula, se divide em duas frentes: na defesa das comemorações de Vinicius Júnior e na crítica ao Chiringuito e ao grupo de comunicação Atresmedia¹⁰, dono do canal Mega, que veicula o programa. A hashtag #RacismoEnAtresmedia concentra uma parte considerável desta tendência.

Figura 08 – A organização em hashtags



Fonte: Reprodução X (Twitter), 2024.

¹⁰ Disponível em: <<https://www.atresmedia.com/>>.

A construção midiática do programa, dentro do recorte metodológico observado, não demonstrou ser potente o suficiente para apagar ou minimizar a circulação deste tom crítico. Como nos pontos de análise anteriores, as práticas do jornalismo esportivo produzido pelo Chiringuito de Jugones não contribuíram para um debate mais profundo a respeito do racismo e do uso de expressões racistas no âmbito esportivo.

Para os atores sociais que se posicionam favoráveis a Vinicius Júnior há, portanto, a condenação das expressões racistas e da atitude dos comunicadores do programa, o que se demonstra em textos simples e, também, em expressões audiovisuais.

Figura 09 – A criação de conteúdo como protesto



Fonte: Reprodução X (Twitter), 2024.

Outro movimento posto em circulação trata de um contragolpe dos atores sociais em defesa de Vinicius Júnior, por meio da *hashtag* #BailaViniJr, que reivindica o direito do atleta brasileiro em celebrar os seus jogos com danças e não sofrer quaisquer ofensas por tal atitude. Aqui, nota-se como foi percebida uma certa legitimação que os comentários de Pedro Bravo deram para que indivíduos sentissem segurança em utilizar a expressão “mono”.

Na publicação de Leo José, nitidamente se observa um desenvolvimento discursivo que faz esta conexão que, se não é necessariamente uma relação de causalidade, pode ser vista como correlação.

Figura 10 – Discursos e produção de sentido em choque



Fonte: Reprodução X (Twitter), 2024.

Atores sociais mais engajados, como são os perfis dedicados exclusivamente a acompanhar determinados clubes de futebol, também demonstram colocar em circulação este movimento discursivo que é crítico à atuação do Chiringuito de Jugones. Aqui, notam-se tons mais incisivos contra Pedro Bravo e o programa, reforçando a ideia de que ali houve um ato racista e, como tal, deveria ser condenado não apenas midiaticamente, mas também em uma esfera legal.

Figura 11 – Organização das torcidas



Fonte: Reprodução X (Twitter), 2024.

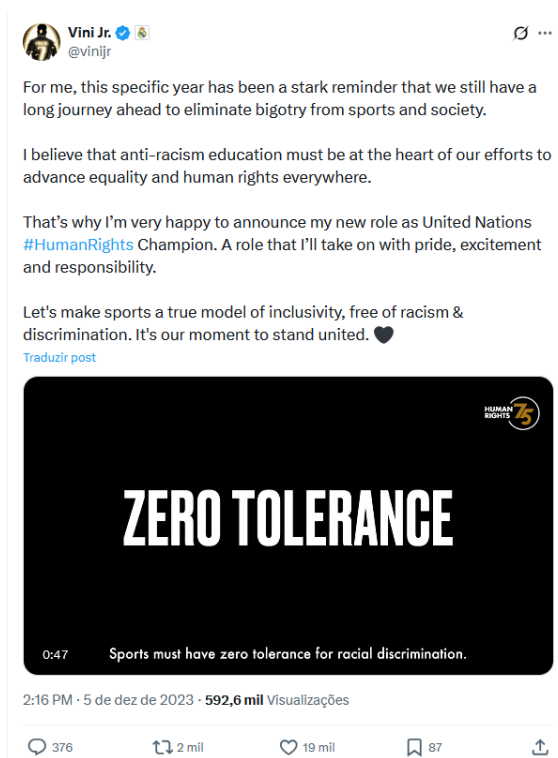
Em uma perspectiva mais ampla, pensar a construção midiática do programa de televisão e a consequente circulação realizada por atores sociais coloca, do ponto de vista de quem defende Vinicius Junior das ofensas racistas, um questionamento sobre todos os atores que manifestam, legitimam ou no mínimo são omissos em algum grau com o comentário realizado. Uma inferência possível aqui é a de que, ao permitir uma interpretação crítica da sua postura, o programa Chiringuito de Jugones contribuiu para discussões mais amplas sobre o seu papel na comunicação espanhola, como as práticas do grupo empresarial que o viabiliza e a legalidade de ações mais efetivas contra o racismo em meios de comunicação.

d) Dos desdobramentos discursivos em disputa

O caso El Chiringuito de Jugones, em consonância com as produções de sentido nas redes, se desdobraram, ao longo do período de análise, em uma série de fatores em que os personagens centrais do acontecimento estão imbricados em lógicas de midiaticização em que as práticas e processos sociais e culturais afetam e são afetados pelas disputas em curso.

Em 2023, por exemplo, a organização das Nações Unidas (ONU) nomeou o jogador como embaixador dos direitos humanos. Em sua conta do Twitter (X), Vini Jr destacou sua longa jornada e os constantes ataques racistas que sofreu durante o período.

Figura 12 – Vini Jr embaixador das Nações Unidas



Fonte: Reprodução Twitter (X), 2025

O que percebemos, portanto, é um reflexo das disputas de sentido que tomaram corpo com o caso no programa televisivo analisado neste artigo. Obviamente, compreendemos que os discursos racistas não foram oriundos do programa televisivo, mas tomaram corpo com a força em disputa nas redes sociais após o episódio. Ou seja,

houve desdobramentos a partir do embate dos atores sociais em rede e dos discursos colocados em xeque.

O que observamos, portanto, é um processo em que o acontecimento e a circulação e disputa de sentidos se retroalimenta em torno da questão. Em outras palavras, o caso de racismo contra Vini Jr ainda é alvo de disputas de sentido e poder. Em uma medida em que o próprio ato de racismo se desdobra em novas ações racistas nas redes sociais e em novas cobranças sobre punições aos atos. De certa forma, percebe-se nessa retroalimentação uma questão estrutural. Nesse sentido, o próprio caso não se esgota e merece atenção em novos estudos em outros episódios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este artigo, buscamos compreender quais os sentidos e discursos produzidos pelos atores sociais e coletivos no X (Twitter) a partir da fala racista posta em circulação pelo programa esportivo espanhol El Chiringuito de Jugones.

Um primeiro sentido identificado nas postagens no X (Twitter) é o de apropriação do discurso racista a partir da Fagia Midiática em ambientes *online* e *offline*. Ou seja, nele ecoam tensões por meio de coletivos (torcidas organizadas) e atores sociais reverberando o termo “el mono” empregado por Pedro Bravo. Aqui também há tensões entre os discursos racista e antirracistas em que são postos em lógicas constantes de embate.

Outros sentidos identificados nas postagens selecionadas apontam para diferentes reações diante da questão racial reverberada pelo comentário de Pedro Bravo. Para além das ofensas explícitas praticadas contra Vinícius Júnior, nota-se uma associação entre as lógicas do jogo e o termo “el mono”, como se este pudesse ser naturalizado como expressão rotineira na disputa entre clubes e torcidas de futebol.

No entanto, é possível observar também a reação de atores sociais que assumem uma postura antirracista e defendem o atleta, assim como o seu direito de celebrar gols. Aqui, a reverberação do caso se dá em dois movimentos: na legitimação da postura de Vinicius como parte da sua expressão pessoal (em contraponto às atitudes racistas) e também estabelecendo críticas à condução do programa Chiringuito de Jugones, de seus

participantes (entre eles Pedro Bravo) e ao próprio grupo de comunicação que transmite a atração rotineiramente. A pesquisa, portanto, abre espaço para uma discussão sobre a forma como os sentidos são produzidos e criados por atores sociais e como a mídia está inserida no processo de circulação.

REFERÊNCIAS

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

COIMBRA, Gustavo Amaral; DE SOUSA, Kátia Menezes. Racismo, ressentimento e resistência: o baile de Vinicius Junior sobre o recalde espanhol. **Redis: Revista de Estudos do Discurso**, n. 12, p. 15-42, 2023.

DOS SANTOS, Silvan Menezes; MEZZAROBBA, Cristiano; DE SOUZA, Doralice Lange. Jornalismo esportivo e Infotainment: a (possível) sobreposição do entretenimento à informação no conteúdo jornalístico do esporte. **Corpoconsciência**, p. 93-106, 2017.

FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. *Mediatización, sociedad y sentido*, 2009.

FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8, dezembro, 2018.

FAUSTO NETO, Antônio. Pisando no solo da mediatização. In: J. Sàágua, F. R. Cádima, (orgs). **Comunicação e linguagem: novas convergências**. Lisboa: FCSH Universidade Nova de Lisboa, 2015.

GUEDES, Caroline Silva Falcão. Bola na Rede, Like na Tela: Narrativas Esportivas no TikTok por Jornalistas e Criadores de Conteúdo. **Revista Mediação**, v. 27, n. 38, 2025.

KARAM, Francisco José Castilhos. Ética, deontologia, formação e profissão: observações sobre o Jornalismo. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 1, n. 1, p. 118-130, 2004.

LEMES, Luiz Fernando Rodrigues; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. A heteronormatividade na mídia esportiva: a virilidade no discurso do programa Jogo Aberto. **Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia**, v. 6, n. 13, 2018.

ROJAS-TORRIJOS, José Luis. La creciente banalización de los contenidos deportivos. **Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid**, 31, 48-56., 2015.

ROJAS-TORRIJOS, Jose Luis; NÖLLEKE, Daniel. Rethinking sports journalism. **Journalism and Media**, v. 4, n. 3, p. 853-860, 2023.

ROSA, Ana Paula. Imagens em espiral: da circulação à aderência da sombra. **Revista Matrizes**; V.13 -Nº 2 mai./ago. p. 155-177; São Paulo –Brasil, 2019.

ROSA, Ana Paula. Visibilidade em fluxo: os níveis de circulação e apropriação midiática das imagens. **Revista Interin**, Curitiba. V.21, n.2, p.60-81, jul/dez, 2016.

DA SILVA SANTOS, Cynthia Adrielle; COSTA, Alessandra. Imprensa imparcial versus Imprensa formadora de opinião?: A construção histórico-discursiva do Jornal Folha de S. Paulo sobre a sua atuação como grande imprensa na ditadura civil-militar brasileira. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, v. 79, p. 233-261, 2024.

TESSAROTTO, Marco Antônio de Oliveira. **A imagem em circulação: o acontecimento dos incêndios no Brasil e na Califórnia**. VII Seminário Internacional de Midiatização e Processos Sociais, São Leopoldo, Unisinos, 2025.

WESCHENFELDER, Aline. **Estudo de caso midiatizado: estratégia metodológica em pesquisas no contexto da midiatização**. IV Seminário Internacional de Midiatização e Processos Sociais, São Leopoldo, Unisinos, 2021.

Original recebido em: 26 de março de 2024

Aceito para publicação em: 11 de março de 2025

Marcio Morrison Kaviski Marcellino

Pós Doutorando em Jornalismo Científico com bolsa JC IV da FAPESP no CePIL/Nipe na Unicamp. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) com intercâmbio na Universidade Södertorn (Suécia) com bolsa CAPES/STINT. Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) com bolsa PROSUP/CAPES. Possui graduação em Comunicação Social Jornalismo PUCPR (2014). Foi docente no Curso de Especialização em Gestão Escolar para Profissionais da Educação, pelo Instituto Federal do Espírito

Santo - Campus Centro-Serrano em parceria com o Centro de Referência em Formação e em Educação a Distância (CEFOR/IFES).

Paulo Henrique Semicek

Doutor em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2021-2025), com período de doutorado-sanduíche na Facultad de Comunicación da Universidad de Sevilla (2023). Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal do Paraná (2018-2020). Especialista em Mídia, Informação e Cultura pelo Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Comunicação e Cultura da Universidade de São Paulo (2015-2017). Graduação em Comunicação Social: Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (2011-2015)

Lidia Paula Trentin

Jornalista na Universidade do Estado de Santa Catarina - Joinville. Doutora e Mestra em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (com bolsa Capes/Prosup). Especialista em Gestão em Educação à Distância pelo Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Rondônia. Especialista em Mídias na Educação pela Universidade Federal de Santa Maria. Jornalista (0012811/PR) pela Universidade Federal de Santa Maria, campus de Frederico Westphalen. Formada no curso de Formação Pedagógica para Graduados não Licenciados no Instituto Federal do Rio Grande do Sul / Campus Sertão.



Esta obra está licenciada com uma Licença
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional