

# O jornalista esportivo e o atleta-colaborador: parceria, aprendizado ou concorrência

**Marcelo Cardoso**

*Docente de cursos de Pós-Graduação da Universidade Anhembi-Morumbi e Faculdades Integradas Rio Branco, em São Paulo. É mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, jornalista e membro dos grupos de pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir (Cásper Líbero), Alterjor – Jornalismo Popular e Alternativo (ECA/USP) e participa do grupo de pesquisa Comunicação e Esporte (Intercom). E-mail: cardoso\_marcelo@uol.com.br.*

**O** artigo discute o trabalho do atleta como colaborador no jornalismo esportivo no Brasil e as possíveis contribuições para o interesse público e a comunicação com os consumidores de notícias. Ao mesmo tempo, faz-se uma reflexão sobre a formação do jornalista esportivo. Como hipótese, parte-se de uma abordagem sociológica do jornalismo pela qual jornalista e colaborador partilham uma cultura profissional que permeia os seus trabalhos. Por meio de conceitos sobre esporte, linha editorial, pauta, e de opiniões de acadêmicos e de jornalistas, procura-se compreender a real contribuição de ambos.

**Palavras-chave:** Esporte; Formação do Jornalista, Jornalismo Esportivo; Teoria do Jornalismo.

## The sports journalist and the athlete-collaborator: partnership, learning or concurrence

The article discusses the work of the athlete as collaborator in sports journalism in Brazil and the possible contributions for the public interest and to the communication with the news consumers. At the same time, there is a reflection about the training of the sports journalist. A hypothesis arises from a sociological approach to journalism, in which journalist and collaborator share a professional culture and that permeates their work. By means of concepts about sports, editorial line, journalistic agenda and opinions of academics and journalists, we try to understand the real contribution of both.

**Keywords:** Sport; Education of the Journalist, Sports Journalism; Theory of Journalism.

## El periodista deportivo y el atleta colaborador: asociación, aprendizaje o concurrencia

El artículo discute el trabajo del atleta como colaborador en el periodismo deportivo en Brasil y las posibles contribuciones para el interés público y al incremento de la comunicación con los consumidores de noticias. Simultáneamente se hace una reflexión sobre la formación del periodista deportivo. Como hipótesis se parte de un enfoque sociológico del periodismo por el que tanto el periodista, como el colaborador, comparten una cultura profesional que permea los trabajos de ambos. Por medio de conceptos sobre deporte, línea editorial, pauta y de opiniones de académicos y de periodistas, se busca comprender la real contribución de ambos.

**Palabras-clave:** Deporte, Formación del Periodista, Periodismo Deportivo, Teoría del Periodismo.

## Introdução

O artigo discute o trabalho do jornalista esportivo em conjunto com o profissional que já se estabeleceu no jornalismo, o ex-atleta, geralmente um esportista conhecido pelo público que passa a atuar nas transmissões, em programas, comentários, crônicas e reportagens de veículos jornalísticos e que trataremos como atleta porque não perdeu a condição de esportista.

Discutimos as possíveis contribuições do atleta para o jornalismo e refletimos a respeito da formação do jornalista que atua na cobertura esportiva, mas, considerando aquele que já concluiu curso de graduação<sup>1</sup>. Refletimos sobre como o jornalista pode se preparar melhor para atuar em parceria com um atleta, ambos com a finalidade de incrementar o conteúdo e a comunicação com o público, e qual a influência dos constrangimentos organizacionais e da cultura típica do profissional que atua nessa área.

## O atleta em evidência

Observamos durante os Jogos Olímpicos de 2016, no Rio de Janeiro, que os veículos de comunicação brasileiros – notadamente os canais de TV – contaram amplamente com atletas para auxiliar a cobertura jornalística do evento esportivo. O exemplo mais evidente ocorreu com a Rede Globo, detentora do direito de transmissão. Durante o megaevento, a emissora alcançou 173 milhões de pessoas com a TV aberta e os seus dezesseis canais por assinatura, além dos 56 sinais transmitidos pela Internet (Globo, 2016).

A importância que a Globo atribuiu ao atleta pôde ser percebida após o fim da Olimpíada, por meio da campanha publicitária veiculada a partir do mês de setembro no Brasil e no exterior (nos Estados Unidos, o *The New York Times* publicou anúncio de página inteira). Na versão internacional, o título da peça era “A Olimpíada tem a ver com inspiração. Você precisa se preparar, dar o seu melhor e ultrapassar seus limites”. As peças publicitárias informavam que a Globo mobilizou mais de 2 mil profissionais desde os preparativos, “além de contar com um seleto grupo de atletas que atuaram como comentaristas durante os Jogos” (Stocco, 2016). Os recordistas foram chamados na peça publicitária de *Golden Team*.

Nos anúncios foram destacadas as participações de importantes atletas no programa *É Campeão*, do canal por assinatura SporTV, como o estadunidense multicampeão do atletismo Carl Lewis, a ginasta romena (radicada norte-americana) Nadia Comaneci, o atleta cubano Javier Sotomayor e o nadador dos Estados Unidos Mark Spitz, todos recordistas de expressão na história dos Jogos Olímpicos (Stocco, 2016).

1. Em 2009 os ministros do Supremo Tribunal Federal votaram contra a obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão, porém, a maioria das empresas prefere contratar profissionais diplomados.

A relevância desse profissional no jornalismo vem crescendo na medida em que ele domina conhecimentos do seu campo de atuação, tem apelo comercial junto da audiência e é identificado pelo público. O atleta conhece bem as regras do esporte que praticou, está atualizado sobre os seus competidores, tem boas histórias para contar e possui a vivência pelos olhares técnico e psicoemocional.

O tema ganha importância no momento em que os ambientes digitais estimulam a cultura cada vez mais participativa e os membros das audiências exercem papéis ativos em canais dominados pelas empresas de comunicação ou em redes sociais. Jornalistas e atletas encontram, entre os comentários recebidos sobre o seu trabalho, colocações bem fundamentadas que apoiam ou refutam o que foi defendido por eles.

## **Atleta não é jornalista; jornalista não é atleta**

A colaboração de atletas para o jornalismo foi incrementada no Brasil a partir do rádio e da televisão. No início da década de 1980, jogadores famosos como Zico e Falcão participavam ativamente da programação de emissoras de rádio por meio da Klefer Promoções, dos radialistas Kleber Leite e Fernando Versiani, que produziam e comercializavam programas para emissoras de amplitude modulada (Ribeiro, 2007). A televisão ganhou força no país no início dos anos 1970 e teve o esporte e a publicidade especializada como grandes aliados, como observou Gurgel (2009). Jogadores de futebol começaram a povoar, aos poucos, as transmissões esportivas na condição de convidados, o que se transformou em prática rotineira nas emissoras por assinatura nos anos 1990.

A colaboração de desportistas atinge hoje o seu ponto alto na TV e, em muitos casos, especialmente no futebol, a qualidade da contribuição deles é ruim. O jornalista e professor Miguel Rodrigues Netto (2013) atribui a presença de atletas a uma aposta no caráter espetacular do esporte e faz críticas sobre a qualidade da informação emitida pelos colaboradores ao tratar das transmissões que envolvem o futebol.

Com o advento do pay-per-view no Campeonato Brasileiro, em 1995, e o aumento das transmissões esportivas regionais, os ex-atletas comentaristas vivem hoje seu apogeu quantitativo deste ramo. Porém, a participação cada vez mais constante destes, faz com que a qualidade caia cada vez mais, pois os ex-ídeos do esporte muitas vezes não demonstram com palavras e ideias a mesma intimidade que tinham com a bola (Rodrigues Netto, 2013, p. 7).

O professor e jornalista Luiz Carlos Ramos<sup>2</sup>, apesar de reconhecer o valor dos atletas dentro de suas atividades esportivas, condenou, na época,

2. É coordenador de Jornalismo da Rádio Capital (SP), escritor e foi professor na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

comentaristas que atuaram durante os Jogos Pan-Americanos realizados no Rio de Janeiro em 2007:

Eles são péssimos, com raras exceções. Podem ter conhecimento sobre a modalidade esportiva em que se consagram, mas, geralmente, não têm domínio da palavra e acabam, ficando ‘em cima do muro’ ou fazendo política para beneficiar esta ou aquela ala de dirigentes, técnicos e atletas. O resultado é negativo (Ramos, 2007).

Ramos atribuiu culpa às empresas de mídia e aos jornalistas-chefes por contratarem um colaborador pouco preparado para a função, a quem classificou de “pessoas conhecidas do grande público, mas ignorantes em termos de comunicação” (Ramos, 2007). O jornalista defendeu que a falta de formação específica, muitas vezes, faz com que o atleta contrate um *ghost writer* para redigir seus textos para jornais e sites em que possuem colunas periódicas (Ramos, 2007).

A comunicação também foi o problema observado por Brittos e Andrade (2008), que entendem ser a voz do atleta um instrumento de credibilidade em uma transmissão esportiva por ter a vivência que o jornalista não possui. Entretanto, acrescentam que

a autoridade do formador de opinião não se dá em casos pontuais como estes, mas sim na coerência do discurso, na contextualização da análise e na elucidação objetiva de questões que o afastem do mero ‘palpiteiro’. Tais fatores consagraram o jornalismo opinativo que, de certa forma, propõe organizar o mundo e oferecer caminhos para as pessoas que se interessam por determinado tema (Brittos; Andrade, 2008).

O jornalista Paulo Vinicius Coelho (2003) não concorda com o fato de empresas de comunicação contratarem atletas apenas porque foram representativos no esporte. Na obra *Jornalismo Esportivo*, Coelho (2003) trata, entre outros assuntos, das contratações de comentaristas de futebol pelo canal de TV a cabo SporTV. A emissora teve em seus quadros ex-jogadores da seleção brasileira de futebol ou atletas famosos que atuaram em grandes times, como Júnior, Zenon e o ex-goleiro Raul. O jornalista ressaltou que eles não podem figurar entre os comentaristas apenas por serem conhecidos em determinada época porque as novas gerações talvez não os enxerguem como referência. Para Coelho, os jogadores

(...) não estão na emissora pela capacidade incontestada de transmitir o conhecimento que adquiriram dentro de campo. Exceção feita a Júnior, todos despertam dúvidas quanto aos comentários sobre o futebol do presente, embora ninguém conteste a qualidade do futebol demonstrada no passado, dentro do campo. Mas eles estão lá porque têm grife. Nome forte, capaz de atrair os torcedores para a transmissão (Coelho, 2003, p. 53).

E quando o esporte abordado não é popular, é preciso especialistas para detalhar regras, traduzir gestos, aprofundar análises. Ramos (2007) ressaltou a importância do atletismo como um esporte-base e afirmou serem poucos os jornalistas esportivos com conhecimento suficiente para pormenorizar explicações para o público.

Carlos Padeiro, pesquisador e jornalista esportivo, analisou em sua tese de doutorado tendências do jornalismo na televisão para demonstrar sua relação cada vez mais próxima com o entretenimento e defendeu que jornalistas esportivos continuam perdendo “terreno diante da presença de celebridades, ex-jogadores e ex-árbitros em programas e transmissões esportivas” (Padeiro, 2015, p.57). O pesquisador constatou que a participação de atletas ultrapassou a colaboração e hoje eles têm os seus próprios programas, onde são entrevistadores. Para o jornalista, as “emissoras lançam mão dessa estratégia, pois a penetração dos especialistas no meio é maior, além do conhecimento em relação à modalidade que praticou profissionalmente” (Padeiro, 2015, p. 57).

A estreia do primeiro *reality show* da televisão brasileira corrobora o pensamento de Padeiro. O programa “Ippon: A luta da vida” começou a ser veiculado pela Rede Globo no dia 3 de setembro de 2017, exibido aos domingos durante o programa Esporte Espetacular. A emissora apostou no judô, esporte que mais trouxe medalhas olímpicas individuais para o país, e em um judoca e apresentador de seus programas televisivos esportivos, Flávio Vianna de Ulhôa Canto. O apresentador é medalhista olímpico e pan-americano, fundador e presidente do Instituto Reação, uma organização não-governamental. O *reality show* teve participações de outros judocas importantes como Chiaki Ishii, o primeiro atleta a conquistar medalha em uma Olimpíada (1972), e as medalhistas olímpicas Sarah Menezes e Rafaela Silva, esta última medalhista de ouro em 2016. Canto explicou que o objetivo do programa foi mesclar entretenimento com a essência, os valores e os princípios do judô (Gonçalo Junior, 2017).

O exemplo do judoca-apresentador é emblemático porque ancora programas de televisão há mais de cinco anos, conhece muito bem o esporte que aborda, aprendeu técnicas jornalísticas e desenvolve trabalhos sociais que lhe rendem vivências e boas histórias.

Sazonalmente, empresas jornalísticas investem pesadamente em seus jornalistas, entretanto, Coelho (2003) chama a atenção para o fato de o fenômeno ocorrer apenas em épocas próximas à realização de um megaevento esportivo. O mercado para jornalistas costuma abrir vagas para poucas especialidades por não cobrir com periodicidade uma extensa quantidade de esportes:

O que vale dizer que não há jornalistas de basquete, de vôlei, de atletismo, de judô etc. O que explica o aparecimento de atletas como comentaristas sempre

que é preciso aprofundar-se em grande competição. O mercado não contempla quem quer aventurar-se nessas áreas específicas. Esse aventureiro poderá ter muito sucesso. Mas vai ter que brigar muito mais por isso (Coelho, 2003, p. 37).

O jornalista, porém, ressalta que no início dos anos 2000 o cenário começou a mostrar sinais de mudança com o fato de as emissoras de TV a cabo investirem na formação do jornalista especializado (Coelho, 2003). A necessidade de contar com profissionais mais bem formados aumentou à medida que as empresas precisavam de analistas, aqueles que traduziriam a informação unindo-a às visões histórica e contemporânea, principalmente se a modalidade não fosse conhecida do público em geral.

Em 2004, a TV por assinatura Globonews, especializada em jornalismo, promoveu um curso para jornalistas meses antes das Olimpíadas gregas. A cobertura de eventos esportivos não era comum na grade da emissora e, portanto, a “novidade” (Paternostro, 2006, p. 407) foi o grupo de jornalistas que participou de um curso intensivo sobre a Grécia com o professor Fábio Lessa, do Laboratório de História Antiga da Universidade Federal do Rio de Janeiro. O investimento nos jornalistas, porém, não impediu que a emissora convidasse um time de atletas para comentar as modalidades esportivas olímpicas.

Três anos depois, uma iniciativa foi noticiada pela revista Placar (Kolling, 2007, p. 33) sobre 12 ex-atletas de Cuba, país do Caribe, que estudavam no Instituto de Jornalismo José Martí, em Havana. O objetivo deles era ganhar conhecimento para atuar como comentaristas em veículos de comunicação. Somente após a conclusão do curso, com duração de seis meses, e da realização de um estágio obrigatório, é que os postulantes a jornalistas estariam aptos à missão. Foram ministradas aulas sobre técnicas de redação e de locução, estudos a respeito de modalidades olímpicas e de história sobre o esporte. É interessante destacar que o jornalismo esportivo cubano é mais plural na cobertura de esportes, como registrou Venancio (2009) em sua pesquisa que observou, entre outros pontos, aspectos sobre as linhas editoriais de jornais impressos.

## **A contribuição do atleta para o jornalismo esportivo**

Nossa hipótese é que a linha mestra a nortear a participação do atleta é orientada por jornalistas, assim como a maneira como tratam o conteúdo é apreendida segundo uma cultura profissional específica que orienta e acolhe os próprios jornalistas.

O pesquisador português Nelson Traquina (2005) explica que, a partir da segunda década do século XX, pesquisas de sociólogos apontaram que cada profissional tem uma espécie de comunidade que partilha regras e comportamentos próprios. Na obra *Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são*, Tra-

quina (2005) faz uma análise de teorias que, ao longo do século passado, procuraram explicar a cultura profissional dos jornalistas.

O pesquisador aborda estudos que demonstram certo comportamento comum, modo de agir e de pensar típicos na cultura da profissão. Traquina (2005) cita vários pesquisadores, entre eles: Abraham Flexer, que acreditava na partilha de técnicas comuns por um mesmo grupo profissional; Everett Cherrington Hughes, que defendeu ser atributo de uma profissão a existência de um padrão de conduta, um *ethos* da categoria; Harold Wilensky, que ressaltava a existência de um conjunto de normas profissionais, e Ernest Greenwood, que identificou os atributos necessários para se considerar uma profissão, entre os quais, o fato de existir uma cultura típica.

Traquina acrescenta que a cultura ligada à profissão inclui, ainda, os heróis, os vilões e os estereótipos (Traquina, 2005, p. 105). O pesquisador cita novamente Greenwood quando afirma que “a transformação de um neófito num profissional é essencialmente um processo de aculturação em que este internaliza os valores sociais, as normas de comportamento e os símbolos do grupo ocupacional” (Greenwood *apud* Traquina, 2005, p. 105). Por isso, acreditamos na hipótese de que o atleta acaba envolvido pela teia que mantém os mesmos mecanismos que permeiam a profissão no jornalismo e empurram esse colaborador (atleta) na direção do mesmo controle a que são submetidos os jornalistas.

O sociólogo norte-americano Warren Breed abordou na década de 1950 o que chamou de teoria organizacional (Traquina, 2005). O objetivo era estudar forças que atuam diretamente sobre o trabalho do jornalista. Breed destacou a linha editorial das empresas de comunicação como elemento de constrangimento profissional que está acima até mesmo das crenças pessoais (Traquina, 2005). As empresas de mídia sinalizam o que consideram como uma futura sociedade ideal por meio de editores, editorialistas, da pauta e de temas que serão explorados (ou rejeitados) e onde serão introjetados os valores-notícia de construção, defendidos pela corporação, como explica Venancio (2009):

(...) sobre a linha editorial não ser um valor-notícia dos fatos a serem abordados (ou seja, um valor notícia de seleção), mas sim um valor-notícia da forma de realizar a pauta (ou seja, um valor-notícia de construção), podemos novamente confirmar isso. E isso não só acontece através das influências na escolha de fontes e de fatos, mas também na não-escolha (...) (Venancio, 2009, p. 222).

Ao discutir as diferenças entre opinião e informação nos gêneros do jornalismo brasileiro, Marques de Melo (1985) chama a atenção para o processo de seleção do que será divulgado pelo veículo de comunicação. Para o pesquisador, tal processo pertence a algo mais abrangente e representa a opinião da empresa como instituição.



É através da seleção que se aplica na prática a linha editorial. A seleção significa, portanto, a ótica através da qual a empresa jornalística vê o mundo. Essa visão decorre do que se decide publicar em cada edição privilegiando certos assuntos, destacando determinados personagens, obscurecendo alguns e ainda omitindo diversos (Marques de Melo, 1985, p. 59).

Marques de Melo (1985) cita a estrutura da redação como outro instrumento da empresa a exercer o seu controle sobre os profissionais – e acrescentamos, também, sobre os atletas –, pelo fato de as decisões mais importantes serem tomadas de uma maneira vertical, ou seja, os diretores, os editores e os chefes mandam e os demais obedecem. Quem ocupa um cargo importante na empresa jornalística comunga com a opinião da corporação porque há “uma relação de ordem e obediência, na qual as chefias decidem o que os seus subordinados vão fazer e cobram o cumprimento integral da execução, dispondo ainda de instrumentos adicionais para corrigir as distorções” (Marques de Melo, 1985, p. 60). Uma das ferramentas que auxiliam no enquadramento do profissional de uma empresa de comunicação é o manual de redação, porém, muitas vezes não é seguido integralmente.

O jornalista iniciante – e acreditamos que também os atletas-colaboradores – aprende ao observar os colegas e o trabalho por eles executado antes, durante e após a veiculação do conteúdo jornalístico. Breed confirma e acrescenta:

Todos, com exceção dos novos, sabem qual é a política editorial. Quando interrogados, respondem que a aprendem ‘por osmose’. Em termos sociológicos, isto significa que se socializam e ‘aprendem as regras’ como um neófito numa subcultura. Basicamente, a aprendizagem da política editorial é um processo através do qual o novato descobre e interioriza os direitos e as obrigações do seu estatuto, bem como as suas normas e valores (Breed apud Traquina, 2005, p. 153).

O atleta que atua no jornalismo sofre influência de seus pares e isso pode contribuir para a “omissão de uma visão crítica, oriunda de corporativismo” (Paideiro, 2015, p. 57) porque o esportista e o ex-esportista têm círculo de amizade comum. A contribuição do atleta também está limitada pela pauta, que indicará a maneira de se angular uma cobertura ou, até mesmo, um comentário, pelo fato de a pauta não ser “apenas um elenco de temas ou assuntos a serem observados pelos jornalistas, mas uma indicação dos ângulos através dos quais os acontecimentos devem ser observados e relatados” (Marques de Melo, 1985, p. 61).

Será a partir da pauta que o atleta poderá ter o seu primeiro contato com o que os proprietários do veículo de comunicação – e seus acionistas – preconizam como visão correta de se entender o mundo. Em coberturas de megaeventos esportivos como Olimpíadas, por exemplo, as premissas em torno de quais modalidades serão destaque e quais atletas serão acompanhados é estabelecida com

antecedência e, geralmente, legitimam os “núcleos de poder” (Marques de Melo, 1985, p. 63) ao designar produtores, repórteres, locutores e comentaristas – entre eles os atletas – para o acompanhamento integral ou parcial de determinadas competições ou para uma cobertura marginal sobre outras modalidades.

Existem pontos de fuga da influência da linha editorial e da pauta sobre o trabalho daqueles que estão envolvidos com a apuração, a produção e a divulgação de notícias. São formas de redigir, entrevistar, divulgar informações que, com o tempo, o jornalista experiente aprende a realizar e a entender; muitas vezes, a pauta “é apenas um referencial para a cobertura, com dados brutos e condicionados aos bastidores e ao fato. A matéria é de responsabilidade do repórter que detecta e transmite o que é realmente importante para o público e para os envolvidos na informação” (Maluly, 2004, p. 88).

Por ter certas vivências, o atleta se torna apto a dividi-las com o público e a ajudar o jornalista em pontos que não ficaram claros durante a transmissão de uma competição ou na produção de uma reportagem. É comum se recorrer a especialistas de diversas áreas, como fisiologistas, profissionais de educação física, nutricionistas, entre outros, para que o jornalista consiga romper com as fontes oficiais. E se um atleta for, também, um especialista formado em determinada área, poderá opinar com mais precisão sobre táticas, treinos, alimentação adequada para certo esporte, sobre as horas de descanso necessárias para a recuperação muscular, entre outros.

## Algumas propostas para jornalistas esportivos

O jornalista esportivo deve conhecer profundamente os conceitos e as correlações do esporte com determinadas áreas pelo fato de tais conceitos abrangerem campos tão diversos daqueles englobados pela área da Comunicação. Na interface com o esporte, o jornalismo pode contribuir para a melhoria da vida e do bem-estar do cidadão. O esporte tem potencial de agregar, de entrar em contato com o indivíduo de forma lúdica e que contribui para integrá-lo à sociedade (Bruel, 1989)

Divulgar o esporte além da competição gera benefícios à população. Por meio da imprensa podem ser ampliados valores primordiais na formação do caráter do indivíduo e na sua qualidade de vida. Reportagens sobre histórias de superação ou que envolvem verdadeiras atitudes de *fair play* por parte dos esportistas deveriam ser mais constantes no cotidiano da imprensa esportiva brasileira.

O jornalismo, portanto, tem papel fundamental na formação do cidadão porque

age diretamente na memória e na atenção das pessoas, seja pelos jornais impressos televisão, rádio, internet e outras mídias. Ao criar possíveis mundos

esportivos emergem desejos de satisfação, propiciando ao indivíduo participar, incorporar e reproduzir pensamentos e condutas (Maluly, 2010, p. 2).

Uma reportagem pode ser o primeiro passo de uma jornada para crianças e adolescentes, estimulando-os às práticas esportivas. A difícil tarefa do jornalista é ter liberdade para propor pautas e fazer reportagens que vinculem esporte com saúde, com educação, e com lazer e bem-estar. Em um mundo ideal, o jornalista teria tempo e disposição para praticar – ou pelo menos conhecer *in loco* – diversas modalidades esportivas para ter contato com a filosofia, a dinâmica e particularidades que podem ser constatadas apenas pela vivência.

Na obra *Jornalismo Especializado: emissão de textos no jornalismo impresso* (1980), o jornalista Mario Erbolato<sup>3</sup> já indicava a necessidade de o profissional do setor aprofundar seus conhecimentos sobre as modalidades esportivas e suas respectivas especificidades para melhor relatar o conteúdo jornalístico-esportivo. Erbolato afirma, no capítulo “O noticiário esportivo”, que o jornalista deve conhecer o que se passa também fora dos campos onde ocorrem as competições, desde as “condições para ser árbitro, *quórum* para as decisões das assembleias gerais dos clubes, transferência de amadores e profissionais (...)” e até sobre a legislação a respeito do doping e como opera a Justiça Desportiva (Erbolato, 1980, p. 13-14).

No Brasil, a partir da Constituição Federal de 1988 e, posteriormente, das leis conhecidas por Zico (1993), Pelé (1998) e Maguito Vilela (2000), o esporte ganha status oficial de direito do cidadão vinculado ao lazer e deixa de ser observado pelo Estado somente pela ótica do alto rendimento (Tubino, 2010). E com a Carta Internacional de Educação Física e Esporte da Unesco, agência especializada das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura, surgiu

a defesa do direito de todas as pessoas às práticas esportivas. Em outras palavras, o rendimento esportivo era substituído gradualmente pelas práticas esportivas de todos, independentemente de idade, raça, estado físico e outras situações humanas (Tubino, 2010, p. 41).

Há, porém, uma força contrária que se mostra na obsessão das empresas jornalísticas para com os Esportes de Desempenho ou Esportes-Performance<sup>4</sup>. O pesquisador e jornalista Anderson Gurgel acredita que o jornalismo esportivo produzido pelos veículos de comunicação no país não consegue dar conta “da sua real dimensão” na sociedade atual, ficando mais centrado nos aspectos ligados ao esporte de alto rendimento” (Gurgel, 2009, p. 195). Para Gurgel, quase não há preocupação com as modalidades amadoras, com as políticas públicas e privadas envolvendo o esporte como “fator de qualidade de vida, do impacto cultural” na sociedade (Gurgel, 2009, p. 195).

Opinião complementar tem o professor da Universidade Caplutense de Madrid, Antonio Alcoba Lopez, de 78 anos, importante nome do jornalismo

3. Jornalista, professor, advogado e natural de Campinas (SP), Mario de Lucca Erbolato (1919 - 1990) foi autor de livros que se tornaram referência para estudantes de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, em uma época de poucas obras específicas dessa área.

4. É aquele esporte praticado “obedecendo a códigos e regras estabelecidos por entidades internacionais. Objetiva resultados, vitórias, records, títulos esportivos, projeções na mídia e prêmios financeiros” (Tubino, 2010, p. 43) e pode ser de Alto rendimento.

esportivo na Espanha. Para Lopez, conforme aumentam os adeptos de novos esportes, especialmente de risco ou de aventura, também cresce a indústria que movimentada artigos e roupas para os praticantes. O interesse por acompanhar tais modalidades é captado pelas empresas de mídia, que percebem o potencial para o espetáculo visual para gerar e atrair audiência:

(...) os meios de Comunicação se aproveitam desta situação e dedicam a maior parte do seu espaço aos esportes espetáculo mais profissionalizados e, juntos, política e capitalismo, tornam rentável o negócio em torno da informação. Certamente o Jornalismo esportivo começou a se consolidar como um gênero mais semelhante ao chamado gênero jornalístico do coração e do show televisivo e radiofônico do que desportivo e que, agora, insere na área do esporte todo o tipo de aspectos sentimentais, econômicos, curiosos dos esportistas como exclusivamente informação esportiva. Isso permite que o Jornalismo esportivo esqueça o esporte como esporte e, sem rupturas, dedique-se completamente à exploração do esporte espetáculo (Lopez in Hatje, 2015, p. 328) [nossa tradução].

Em um país como o Brasil, a preparação de um atleta brasileiro para a disputa de uma Olimpíada, de um mundial ou um Pan-Americano, por exemplo, enfrenta diversas adversidades. Pela imprensa acompanhamos histórias de atletas sem dinheiro para pagar alimentação, transporte e hospedagem, mesmo durante uma competição esportiva. Como se observou, após o término dos Jogos Olímpicos de 2016, diversas modalidades no país perderam patrocínio ou tiveram verbas cortadas.

O jornalista esportivo, portanto, deve ter em mente todo o cenário aqui colocado para não incorrer em erros ou injustiças na hora de cobrar um atleta por não ter obtido uma medalha ou por não ter vencido uma competição. Por isso, acompanhar a evolução de um atleta ou de uma equipe, denunciar a falta de condições para o exercício do esporte e propor sugestões devem ser comportamentos contínuos.

O profissional da imprensa esportiva necessita continuar sua formação por meio de cursos, de palestras, da leitura de livros e artigos, ter certos conhecimentos em áreas como da Administração, da Gestão, da Fisiologia, da Educação Física, da Psicologia, da Nutrição, entre outras, para conseguir abordar com mais profundidade os temas ligados ao desporto.

## Considerações finais

O jornalismo tem papel fundamental na difusão das características do esporte que o tornam um fenômeno social e político com capacidade de influenciar a cultura de uma sociedade. E o jornalista tem papel social de instigar vocações, de estimular ampla troca de ideias, de discutir periodicamente fatos que orien-

tem a opinião pública, de exercer um jornalismo cidadão, comprometido com o interesse público, que fiscaliza e estimula ações do setor público (União, Estados e Municípios) e suas relações com o setor privado para incentivar a prática esportiva em todas as suas interfaces.

O atleta procura estabelecer uma ponte mais direta com o público das empresas de comunicação por meio da identificação, da vivência e de um conhecimento específico que só ele tem. Jornalistas e atletas que atuam na mídia estão submetidos aos constrangimentos organizacionais, à cultura típica do meio e aos fazeres específicos norteados por regras, manuais e condutas estabelecidas pelas empresas de comunicação.

O atleta precisa ter garantido o seu papel no complexo cruzamento entre áreas de interesses tão diferentes nas quais encontrará vasto campo para atuar, mas deve aprimorar sua comunicação e desenvolver capacidade crítica que lhe permitirá ir além da visão das pautas convencionais e de análises técnicas. E mais uma vez, em um mundo ideal, ambos, jornalistas e atletas (colaboradores), farão sempre um excelente trabalho, complementando-se, tentando escapar das tensões que os empurram para longe do jornalismo esportivo de qualidade.

## Referências

- BRITTOS, V. C.; ANDRADE, A. **O ‘futebolês’ que trava o jornalismo esportivo**. Observatório da Imprensa, 2008. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:uMBJdhwlOxgJ:observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/o-futeboles-que-trava-o-jornalismo-esportivo/+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso em: 25 ago. 2017.
- BRUEL, M. R. **Função social do esporte**. Revista Motrivivência. n. 2, p.108-111, jun./1989. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/19978/18382>>. Acesso em: 28 jul.2017.
- COELHO, P. V. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.
- ERBOLATO, M. L. **Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso**. São Paulo: Atlas, 1980.
- GLOBO e SporTV mostram conquistas da olimpíada em campanha**. Globo.com, 2016. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/2016/09/globo-e-sportv-mostram-conquistas-da-olimpiada-em-campanha-com-michael-phelps-para-versao-intercional-e-thiago-braz-para-o-brasil.html>>. Acesso em: 12 fev. 2017.
- GONÇALO JUNIOR. **Popular, judô ganha reality na TV Globo**. O Estado de S. Paulo, 2017. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/lutas,popular-judo-ganha-reality-show-na-tv-globo,70001950986>>. Acesso em: 4 set. 2017.
- GURGEL, A. **Desafios do jornalismo na era dos megaeventos esportivos**. Re-

vista Motrivivência. Ano. XXI, n. 32/33, jun-dez, p.193-210, 2009. Disponível em: <<http://andersongurgel.com.br/wp-content/uploads/2014/08/Desafios-do-Jornalismo-na-era-dos-Megaeventos-Esportivos-2010.pdf>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

HATJE, M. **Tendências do jornalismo esportivo na visão de Antonio Alcobal Lopez**. Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 38, n.2, p.319-336, jul. / dez. 2015. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/2293/1917>>. Acesso em: 8 ago. 2017.

KOLLING, G. **Ídolos à cubana**. Placar, 2007. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=8QLseQ8hWWYC&pg=PA33&lpg=PA33&dq=a+-+contribui%C3%A7%C3%A3o+do+ex-atleta+ao+jornalismo&source=bl&ots=RXWbWj69fB&sig=sNB85qXcQYPfFRAnqQDWjeUG6KA&hl=p-t-BR&sa=X&ved=0ahUKEwjXyNyckePPAhXKnJAKHYvJCSEQ6AEIODAH#v=onepage&q=a%20contribui%C3%A7%C3%A3o%20do%20ex-tleta%20ao%20jornalismo&f=false>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

MALULY, L. V. B. **Pequeno manual da reportagem esportiva**. In: Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro. Jornalismo esportivo: os craques da emoção, v.11, 2004, p. 85-109. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204433/4101403/estudos11.pdf>>. 02 jun. 2017.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo Esportivo: desafios e propostas**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010, Caxias do Sul. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul: Intercom, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1779-1.pdf>>. 03 jun. 2017.

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

PADEIRO, C. H. S. **O predomínio do entretenimento no jornalismo esportivo brasileiro**. 2015. 126 f. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo. 2015. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-17112015-092450/pt-br.php>>. Acesso em 21 ago. 2017.

PATERNOSTRO, V. I. **GloboNews: o primeiro canal de jornalismo do Brasil – 10 anos 24 horas no ar**. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2006.

RAMOS, L. C. **Atletas ‘jornalistas’, uma fraude**. Observatório da Imprensa, 2007. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/atletas-jornalistas-uma-fraude/>>. Acesso em: 1º jun. 2017.

RIBEIRO, A. **Os donos do espetáculo: histórias da imprensa esportiva no Brasil**. São Paulo: Terceiro Nome, 2007.

RODRIGUES NETTO, M. **A Cobertura Especializada e as Contradições na Utilização de Jornalistas ou Ex-Atletas nas Transmissões Esportivas**. Revis-

ta Científica Semana Acadêmica, v. 01, p. 01, 2013. <[http://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo\\_jornalismo\\_esportivo\\_0.pdf](http://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo_jornalismo_esportivo_0.pdf)>. Acesso em: 15 abr. 2017.

STOCCO, M. **Globo e SporTV fazem balanço olímpico**. Meio & Mensagem, 2016. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/09/19/globo-e-sportv-fazem-balanco-olimpico.html>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. v.1. Florianópolis: Insular, 2005.

TUBINO, M. **Estudos brasileiros sobre o esporte: ênfase no esporte-educação**. Maringá, Eduem, 2010.

VENANCIO, R. D. O. **Jornalismo e linha editorial: construção das notícias na imprensa partidária e comercial**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

