



A cobertura da vida particular dos atletas nos noticiários esportivos brasileiros¹

Leandro Marçal PEREIRA²
Douglas Lucena de ANDRADE³
Vinícius Henrique Morales dos SANTOS⁴
Daniella ARAGÃO⁵
Universidade Santa Cecília, Santos, SP

Resumo

O jornalismo esportivo ganhou características do chamado “jornalismo de celebridades”, já que a vida particular dos atletas frequentemente é tema dos noticiários e debates do tipo mesa redonda. Assuntos como relacionamentos de atletas e até mesmo sua presença em casas noturnas costumam entrar em pauta diariamente. O interesse pelo tema é grande, já que profissionais da área esportiva e espectadores nem sempre têm a mesma opinião quanto ao que realmente interessa para a imprensa especializada no esporte. Este trabalho é resultado de nossa pesquisa *focus group*, na qual cinco pessoas de perfis diversos analisaram reportagens escritas e televisivas, onde a vida particular dos atletas foi o foco dos programas esportivos.

Palavras-chave: jornalismo; esportes; cobertura; sensacionalismo; mídia.

1 – Introdução:

A pesquisa tem como foco mostrar a reação dos espectadores diante de reportagens esportivas com características semelhantes aos programas de fofocas, quando tratam da vida particular de atletas.

Nosso principal objetivo era captar as reações de pessoas ao se depararem com notícias envolvendo atletas em namoros, casamentos, baladas e qualquer outro assunto que não tenha relação direta com sua participação efetiva em competições e perceber se o público desses programas aprova ou não esse tipo de pauta.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

² Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da FaAC UNISANTA, e-mail: marcal_91@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da FaAC UNISANTA, e-mail: dLucena91@yahoo.com

⁴ Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da FaAC UNISANTA, e-mail: vinihenrique1@hotmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Mestre em Jornalismo pela ECA-USP. Professora de Graduação na FaAC UNISANTA, e-mail: daragao@uol.com.br

VILAS BOAS (2005, p.24) lembra que “na era do entretenimento acima de todas as coisas, o jornalismo esportivo como um todo virou entretenimento esportivo”, o que vem ao encontro do que pensamos.

Durante a reunião com os entrevistados, realizada no dia 11 de setembro de 2010, os participantes - de perfis e idades variados – deram suas opiniões sobre a relação dos programas esportivos com o conteúdo divulgado diariamente e o público que os acompanha em todas as mídias disponíveis.

A metodologia adotada foi a pesquisa qualitativa, por meio do método *focus group*.

Para OLIVEIRA e FREITAS (1998), este método trata-se de uma entrevista em profundidade realizada em grupo. O foco ou objeto de análise é a interação dentro do grupo.

Um dos motivos para a escolha dessa forma de abordagem de pesquisa é que

O *Focus Group* propicia riqueza e flexibilidade na coleta de dados, normalmente não disponíveis quando se aplica um instrumento individualmente, além do ganho em espontaneidade pela interação entre os participantes. (OLIVEIRA & FREITAS, 1998, p.84)



Figura 1: A ida dos jogadores Lúcio e Juan à praia destacada no site Globo Esporte é um exemplo das matérias expostas aos entrevistados



Os entrevistados assistiram a uma série de reportagens televisivas exibidas em programas esportivos. Também foram expostos artigos de jornais, revistas e sites da internet especializados em esportes, com a mesma abordagem. Durante a exposição, foram levantadas questões para que os participantes expusessem suas opiniões sobre o tema.

Foram escolhidas cinco pessoas com os seguintes perfis: uma dona-de-casa que não acompanha o mundo esportivo, um estudante, um trabalhador de meia idade, uma universitária e um fanático por futebol. A reunião ocorreu no dia 11 de setembro de 2010, em uma das salas da Universidade Santa Cecília.

Os pesquisadores foram os instrumentos de coleta de dados, como já é característica de pesquisas qualitativas, já que a interpretação das reações dos participantes a cada pergunta referente aos vídeos e artigos sobre o tema da pesquisa é captada pelos organizadores da reunião. Tivemos o auxílio de equipamentos eletrônicos: duas câmeras de vídeo e um gravador de voz, para que não fossem perdidas as falas e as reações dos participantes, observando as contradições que poderiam transparecer durante a reunião.

2 - Análise de Dados

Dentre as principais opiniões destacadas pelos entrevistados, podemos elencar o quanto eles se dizem incomodados com o perfil atual da mídia esportiva, mas mesmo assim acreditam que nada do que acontece, mesmo nos bastidores, deve ser descartado nos noticiários e programas do gênero. Também foi colocada em discussão qual seria o verdadeiro foco do jornalismo esportivo e o quanto os atletas em atividade têm ganhado com a atual situação, confundindo-se com as personalidades do meio artístico.

a) O papel dos programas esportivos – inicialmente, todos os participantes mantiveram a opinião de que os programas esportivos, em todas as mídias, deveriam se restringir à exibição de matérias restritas a atuações, como os principais jogos, campeonatos e jogadas acontecidas no período próximo à exibição do jornal, o que não acontece, já que por muitas vezes as pautas são semelhantes às do chamado “jornalismo de celebridades”, como o popular “TV Fama”, por exemplo.

b) A vida particular dos atletas exposta na mídia – houve um consenso de que os programas esportivos falham quando realizam um debate sobre o caso envolvendo o jogador de futebol Ronaldo e travestis, por exemplo, exibido no programa Jogo Aberto, da TV Bandeirantes. Para eles, “há uma mistura entre a vida particular e a



profissional dos atletas”. Outra crítica a esse formato foi o de que no horário de almoço é comum para quem gosta de esportes acompanhar os gols da rodada do futebol, mas há preferência a matérias que tratam “dos carros comprados, das brigas internas, das suas noites nas baladas e os gols ficam em segundo plano”.

c) A notícia que interessa – embora todos os participantes tenham se declarado, no início da reunião, contrários a exibições de matérias sobre a vida particular dos atletas, para eles “tudo é notícia, portanto tudo o que acontece envolvendo atletas deve ser veiculado pela mídia, principalmente quando se trata de um furo de reportagem”. Houve destaque para a TV aberta, que “transforma o jornalismo esportivo em entretenimento”. Para Arbex Jr.: “Hoje, a mídia não se limita a reportar as notícias. A televisão tornou-se parte dos eventos que ela cobre. Ela mudou a maneira pela qual o mundo reage às crises.” (ARBEX Jr., 2005, p.98)

Ainda destacaram-se as opiniões de que a TV fechada deve se restringir à área esportiva, já que o espectador procura este tipo de canal apenas para acompanhar o esporte especificamente, salvo nos casos onde o furo de reportagem deve ser a prioridade, como no caso em que o ex-jogador Romário foi preso por não pagar a pensão alimentícia de dois de seus filhos, e o canal Sportv após o término de um jogo divulgou em primeira mão a notícia, conforme exibimos aos participantes da pesquisa.

d) O que a audiência espera do jornalismo esportivo – por mais que pareça prejudicial ao jornalismo esportivo a veiculação desse tipo de notícia, o público gosta desse tipo de conteúdo, segundo os entrevistados. “Quem aprova essas reportagens é o público que não acompanha muito os esportes. Antes, o Globo Esporte, por exemplo, se restringia ao jornalismo puro e não tinha tanta audiência quanto atualmente, quando o Tiago Leifert (apresentador) faz muitas piadas e matérias de puro entretenimento durante a exibição do programa”. Para os participantes, essas matérias são válidas na internet, pois há livre escolha dos usuários, diferente da televisão e o rádio, por exemplo, onde o espectador é passivo ao conteúdo publicado. O público se interessa por isso e não se pode condenar o meio de comunicação que há este tipo de publicação.

e) Como os atletas usam a mídia para se promover – os próprios atletas têm uma parcela de responsabilidade quanto à sua superexposição nos veículos de comunicação. O jogador de futebol português Cristiano Ronaldo foi citado como exemplo, é rotulado como um dos que se utiliza da mídia para alavancar a carreira e até mesmo conseguir contratos publicitários. Para os atletas interessa muito a veiculação de notícias que não se restrinjam exclusivamente ao desempenho esportivo, como parte do

marketing pessoal. “Eles fazem coisas que qualquer ser humano faz, mas acaba virando notícia apenas pelo seu status de famoso”, disse um dos participantes, que revelou uma preocupação quanto aos limites. “Quando é que os jogadores e as pessoas famosas terão um pouco de privacidade?”

f) Espaço para outras modalidades – ao final da exposição das matérias, houve destaque para outras modalidades esportivas. “No lugar de mostrarem os jogadores nas baladas, o que compraram ou onde estiveram, poderia haver um destaque maior para outras modalidades esportivas que não têm destaque nenhum nos noticiários esportivos. Os programas deveriam mudar de nome, de esportivos para futebolísticos.” O jornalista esportivo não deveria se limitar ao futebol. Para Paulo Vinícius COELHO

Não existe jornalista de esportes. Existe o jornalista, aquele que se dedica a transmitir informações de maneira geral. (...) O problema é que o mercado só permite a criação de jornalistas de futebol, de automobilismo, por vezes de tênis. O que explica o aparecimento de atletas como comentaristas sempre que é preciso aprofundar-se em uma grande competição. Esporte não é sinônimo de futebol. (COELHO, 2003, p.37)



Figura 2: O atacante do Barcelona Lionel Messi, quando veio ao Brasil, foi destaque do site do Lance!, mas não por causa do desempenho nos gramados



g) Preferência de conteúdo - os participantes destacaram suas preferências em relação ao conteúdo de programas esportivos. Metade dos entrevistados declarou que, embora não sejam espectadores assíduos, procuram se informar sobre os principais lances e jogadas de uma rodada de futebol, por exemplo. Estes foram menos críticos em relação ao jornalismo esportivo atual. O participante que se declarou fanático por futebol, disse acompanhar os resultados e campeonatos nacionais e internacionais. Foi contra a forma de abordagem da imprensa esportiva, em especial a da televisão aberta. O entrevistado que disse atender-se aos gols da rodada e aos principais assuntos para se manter atualizado, mas sem assistir aos jogos, demonstrou-se flexível ao formato dos programas do gênero, mas ressaltou que outros esportes e o noticiário internacional deveriam ter maior destaque do que as notícias de foro íntimo dos atletas.

3 – Conclusão

Na era da internet e das redes sociais, torna-se cada vez mais difícil atrair público para os noticiários esportivos, haja vista que a maioria das notícias já é conhecida antes da exibição desses programas, devido à velocidade da informação. Com isso, a área esportiva, principalmente na TV aberta, apela para uma mistura de entretenimento com jornalismo esportivo, com matérias inusitadas sobre os atletas e destacando a sua vida particular, o que, em tese, não deveria fazer parte da programação esportiva. Alguns exemplos de programas que aderiram a esse expediente são o Globo Esporte de São Paulo, com a apresentação de Tiago Leifert e o já extinto Debate Bola da TV Record, na época apresentado por Milton Neves, onde este chegava a realizar “enterros” dos times que perdiam jogos na rodada do futebol. Aliás, o mesmo estilo foi importado para o programa Terceiro Tempo, da Rádio Bandeirantes, no qual o próprio apresentador, Milton Neves, e o comentarista, Mauro Beting, misturam informação com piadas, músicas engraçadas e comentários sérios das partidas realizadas no meio de semana.

No meio de tanta diversão e entretenimento, não são poucas vezes em que esses programas, ao adotarem essa linha editorial acabam se perdendo e tirando o foco do esporte, como quando em uma edição do Globo Esporte foram veiculadas matérias



sobre jogadores em salões de beleza e em uma boate de São Paulo, deixando em segundo plano os jogos do Campeonato Brasileiro daquela terça-feira.⁶

Mais um exemplo do quanto esse tipo de cobertura pode ser prejudicial pôde ser visto no famoso caso do ex-goleiro do Flamengo Bruno, acusado de assassinar a sua ex-amante Eliza Samudio. As mesmas reportagens exibidas em programas policiais eram aproveitadas para os programas esportivos, que debatiam o que iria acontecer com o ex-jogador, e acabavam omitindo o que de fato acontecia no time do Flamengo, em meio a jogos todos os finais de semana.

As análises das partidas de todas as modalidades, os resultados, as contratações das equipes e as análises dos campeonatos são os únicos assuntos do verdadeiro jornalismo dentro do esporte e nem mesmo os salários dos jogadores e treinadores deveriam ser divulgados, pois trata-se de um assunto estritamente pessoal, já que ninguém gosta de divulgar o quanto ganha por mês (COELHO, 2003).

O fato de o jornalismo esportivo ser separado das outras áreas de cobertura em algumas redações, muitas vezes não sendo considerado jornalismo, é um agravante para a banalização atual dos programas esportivos.

Mesmo com tantas críticas em relação à abordagem jornalística nesta área, os índices de audiência mostram que o público aprecia uma cobertura menos séria, onde a diversão é mais frequente do que a informação.

Em nossa reunião, quando foram expostas matérias que abordavam a vida particular de personagens do esporte, os participantes inicialmente diziam não gostar deste tipo de cobertura e disseram que aquelas matérias deveriam ser veiculadas em programas de fofocas. Apesar disso, nenhum integrante da pesquisa se impressionou ao se deparar com notícias de jogadores em casas noturnas, com namoradas novas ou até mesmo informações sobre os seus salários.

Houve afirmações de que não se pode misturar a vida particular dos atletas com a vida profissional. Mas todos concordaram com a afirmação de que tudo o que acontece com os atletas famosos é notícia, sem distinção. Esse fato se assemelha ao perfil do consumidor do extinto jornal Notícias Populares, rotulado como sensacionalista: a maioria dos compradores vinha das classes A e B, mas alegavam que era para as suas empregadas e faxineira (CAMPOS JR, C. et al., 2002) ; a semelhança

⁶ Na edição do dia 28 de setembro de 2010, o programa exibiu uma reportagem de dois minutos, na qual os então jogadores de Santos, Breitner e Madson, foram a um salão de beleza antes do jogo contra o Vasco. Sobre os dados da partida, foi lida uma nota em menos de trinta segundos.



com os dias atuais no segmento dos programas esportivos é evidente: todos dizem ser contra a invasão de privacidade dos atletas, mas todos admitiram que tudo o que é noticiado atrai o público, desde um golaço no final de semana até a ida de um jogador famoso à praia. O relato de uma das participantes reafirma a constatação: “se eu vou à praia, não acontece nada, mas quando é o Messi ou o Cristiano Ronaldo que está tomando um sol, todo mundo quer saber o que ele estava fazendo por lá”. Esse tipo de abordagem frequentemente é citado como um mau exemplo para os profissionais da área.

Ouçá o atleta, o dirigente, o treinador e busque outros detalhes da vida dessas pessoas, detalhes que vão muito além do que acontece em um jogo ou uma competição. Fuja do trivial e do lugar-comum. Cuidado para não invadir sua privacidade. Nada que modifique sua atuação profissional deve ser divulgado. Busque informações em sua biografia, currículo, desempenho, carreira em outros clubes; enfim, tudo o que está ligado ao seu trabalho. Se a mulher dele teve ou não um bebê não é da conta do jornalista. Veja se fora do mundo das celebridades alguém pergunta a uma fonte sobre sua vida pessoal. Portanto, o jornalista esportivo não tem o direito de avançar sobre a intimidade de quem quer que seja. (BARBEIRO & RANGEL, 2006, p.37)

O público, embora critique o sensacionalismo e as fofocas, cada vez mais frequentes no jornalismo esportivo, não deixa de acompanhar os programas que adotam esta linha editorial. E se antes isso se restringia às emissoras de TV aberta, atualmente as emissoras de TV fechada também estão começando a adotar este tipo de expediente, com grandes furos de reportagem e destaques no caso do ex-goleiro Bruno sendo pauta até mesmo de debates, antes restritos a análises de especialistas.

O excesso de informações da atualidade pode ser apontado como uma das causas do “novo jornalismo esportivo”. O público quer saber de tudo e a internet proporciona esse acesso a todo tipo de informação. Estatísticas, resultados, gols, contratações, salários, namoros, polêmicas e confusões estão disponíveis a todos em poucos cliques. Essa facilidade em buscar as informações, tal como a busca pela notícia inédita, o chamado furo, e a diversificação da pauta, também é outra causa da falta de seriedade neste campo de informação.

O jornalismo esportivo perde o foco, sim, quando volta as suas atenções para a vida particular dos atletas. Mas isso não pode ser considerado necessariamente de todo mal para a área.



Para quem defende o jornalismo como uma área que deve levar a informação relevante ao público, é inaceitável que ainda haja notícia do tipo “O jogador de futebol X terminou o namoro de três meses” dentro de um programa esportivo. Mas para quem defende a audiência e o faturamento como a razão de um existir de um jornal de esportes, os índices estarão garantidos. E não são poucos os que aderem a esta modalidade.

Embora poucas pessoas apreciassem ter a privacidade invadida por flashes, câmeras, microfones e repórteres nos momentos de folga, o brasileiro ainda acompanha as notícias da vida alheia em qualquer segmento. E o jornalismo esportivo incorporou esta ideia.

Grande parte dos espectadores, se fossem questionados em relação ao tema talvez respondesse não gostar de notícias que se confundem com fofocas entre vizinhos, mas provavelmente cairiam em contradição como os entrevistados de nosso projeto de pesquisa, que de início afirmaram com veemência serem “contra toda veiculação da vida particular dos atletas”, passaram a dizer que “tudo é notícia” e o “furo de reportagem é o mais importante, independente de qual seja a emissora de televisão, seja aberta ou por assinatura”.

Os torcedores fanáticos por futebol que acompanham todo e qualquer tipo de programa esportivo formam a exceção. Os que veem todos os jogos e procuram saber tudo o que acontece no futebol no mundo e pouco se interessam por notícias “fofoqueiras”.

Num país em que o esporte é monopolizado pelo futebol, poderia haver um espaço maior a tantos atletas de modalidades amadoras e não-olímpicas, já que nesses casos a busca por um patrocínio é, sem dúvidas, muito mais difícil do que no esporte mais tradicional do Brasil. Mas como esse tipo de material corre o risco de não ter audiência, as emissoras reservam um maior espaço para notícias “tapa buraco”, com romances, brigas, noitadas e até mesmo o interior das casas dos cada vez mais ricos jogadores de futebol.

Perde-se em qualidade, dando preferência ao número de televisores ligados naquele canal, mas sem nenhum conteúdo que acrescentará algum conhecimento ao telespectador que busca um pouco a mais do que o entretenimento puro, barato e apelativo.

A frase que resume todo o nosso trabalho foi dita durante a reunião com os participantes da pesquisa, foi considerado o resumo do que acontece com as emissoras



de rádio ou TV e com os veículos de internet, que também frequentemente abusam da invasão de privacidade: “o que o telespectador gosta mesmo é da desgraça alheia!”

4 – Referências

ARBEX Jr, J. **Showrnalismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Ed. Casa Amarela, 2001.

BARBEIRO, H.; RANGEL, P. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.

CAMPOS Jr, C. et al. **Nada mais que a verdade**: a extraordinária história do jornal Notícias Populares. São Paulo: Ed. Carrenho, 2002.

COELHO, P.V. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Ed. Contexto, 2003.

OLIVEIRA, M.; FREITAS, H. M. R. **Focus Group** – pesquisa qualitativa: resgatando a teoria, instrumentalizando o seu planejamento. São Paulo: Revista da Administração, ed. 33, 1997.

VILAS BOAS, Sérgio (org). **Formação & informação esportiva**. São Paulo: Summus, 2005.