

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS

CURSO DE JORNALISMO

PSICOLOGIA DO ESPORTE

OS EFEITOS DAS NOTÍCIAS NOS

JOGADORES DE FUTEBOL

Relatório

MARCOS VINICIUS PRESOTTI LIMA

São Paulo

2º semestre/2018

PSICOLOGIA DO ESPORTE

OS EFEITOS DAS NOTÍCIAS MUDIÁTICAS NOS

JOGADORES DE FUTEBOL

Relatório de Realização do Produto

MARCOS VINICIUS PRESOTTI LIMA

Relatório apresentado ao Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie para obtenção do Título de Bacharel em Jornalismo, sob orientação do Prof. Daniel de Thomaz.

São Paulo

2º semestre/2018

Este Trabalho de Conclusão de Curso não reflete a opinião da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Seu conteúdo e abordagem são de total responsabilidade de seu autor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, aos meus pais, principais responsáveis por essa conquista, que através de seus esforços me proporcionaram a oportunidade de fazer e concluir minha graduação, que acreditaram em mim e no meu potencial e que sabiam que eu iria me formar, mesmo que, às vezes, eu duvidasse que conseguiria.

Sou grato aos meus amigos que me ajudaram com as entrevistas, ideias e com muito apoio moral.

Agradeço também ao professor Daniel de Thomaz, que me orientou de forma excepcional, pelo apoio, dedicação e paciência durante esses meses.

RESUMO

O futebol é a grande paixão nacional, das partidas de rua às finais dos grandes campeonatos, o brasileiro respira e transpira futebol. No entanto, o futebol figura também como uma grande economia. Assim, para a mídia e profissionais envolvidos no futebol o esporte tornou-se um grande negócio. Nesse contexto, a imprensa esportiva participa ativamente da formação de opinião do público e, por isso, o que é veiculado por ela é capaz de influenciar nas grandes negociações do futebol. Assim, além de atingir as expectativas do torcedor, equipe técnica e família, o jogador de futebol, principalmente os futebolistas profissionais, tem sobre ele a grande responsabilidade de não decepcionar a mídia, visto que ela poderá influenciar em sua carreira, de forma positiva e ou negativa de acordo com suas publicações. Dessa forma, além da grande hostilidade e pressão intrínsecas ao ambiente de competição, o jogador está constantemente sob os olhos da mídia e isso aumenta as exigências sobre seu desempenho que pode sofrer influência de seu estado emocional e psicológico. Portanto, esse trabalho tem como objetivo discorrer sobre a psicologia do esporte, área que vem conquistando espaço junto a profissionais engajados com esportes de rendimento, ressaltando a influência do fator psicológico na performance do atleta. Não obstante, abordaremos também sobre o possível papel da mídia no distúrbio do equilíbrio psicológico e emocional dos futebolistas e sua influência no desempenho do atleta.

Palavras-chave: Futebol, psicologia do esporte, mídia.

ABSTRACT

Football is the great national passion, from the street matches to the finals of the big championships, the Brazilian breathe and perspires football. However, football is also a great economy. Thus, for the media and professionals involved in the soccer this sport has become a great economy. In this context, the sports press actively participates in the formation of public opinion and, therefore, what is conveyed by it is able to influence in the great negotiations of football. Thus, besides reaching the expectations of the supporters, technical staff and family, the football player, especially professional footballers, has the responsibility to not disappoint the media, since it can influence his career in a positive and or negative way. Thus, in addition to the great hostility and pressure intrinsic to the competitive environment, the player is constantly under the eyes of the media and this increases the demands on his performance that may be influenced by his emotional and psychological state. Therefore, this work aims to discuss the sport psychology, an area that has been gaining ground with professionals engaged in performance sports, emphasizing the influence of the psychological factor on the performance of the athlete. Nevertheless, we will also discuss the possible role of the media in the disturbance of the psychological and emotional balance of footballers and their influence on the performance of the athlete.

Keywords: Football, sport psychology, press

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1 O JORNALISMO	11
2.2 JORNALISMO ESPORTIVO.....	13
2.3 REPORTAGEM.....	14
3. DESENVOLVIMENTO DA PEÇA	16
3.1 DEFINIÇÃO DO TEMA	16
3.2 PAUTA.....	16
3.3 PERFIL DOS ENTREVISTADOS.....	17
3.3 REDIGINDO A MATÉRIA.....	19
4. CONCLUSÃO	21
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	22
6. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO	24
7. ANEXOS	25
8. APÊNDICES	26

1. INTRODUÇÃO

O futebol no Brasil não era devidamente coberto pela mídia esportiva brasileira até meados da década de 90. A partir desta data, quando a edificação da TV a cabo no Brasil juntamente aos canais voltados somente para o conteúdo esportivo (a exemplos do SporTV e ESPN Brasil) alavancaram a fomentação de modalidades esportivas à parte do futebol, – entre as décadas de 50 e 60, o nosso país teve o seu nome colocado para sempre na história do futebol com Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, que tinha apenas 16 anos quando estreou na seleção brasileira.

Mais tarde, o Brasil viria a ter outra grande oportunidade para apreciar o futebol, quando Ronaldo Fenômeno, já na década de 90, surgiu de forma promissora para o futebol internacional. Vindo do Rio de Janeiro, ganhou não somente a simpatia de seus compatriotas, mas também a de quase todo o planeta devido ao seu carisma. Foi eleito o melhor jogador do mundo pela FIFA em 1996, 1997 e 2002, o carioca é ídolo de todo garoto que sonha em um dia ser um futebolista profissional.

Na construção do esporte, e principalmente do futebol, o jornalismo cultua o herói, faz críticas, avaliações, análise de campeonatos, de fatos inusitados e etc. Na hierarquia jornalística, a editoria de esportes pode ser considerada a mais autônoma, pois existem menos entraves na análise do esporte do que da política ou economia, por exemplo.

A imprensa esportiva figura como o elo entre os agentes presentes no efetivo exercício do futebol e o público que consome o esporte. É por meio dos veículos de comunicação em massa que a informação é disseminada e que, combinada as ideologias inerentes a cada sujeito, influencia na formação de opinião da sociedade. Assim, a cultura midiática, por meio da difusão da imagem dos protagonistas do futebol, beneficia outros setores da economia nacional, fortalecendo a lógica do futebol como espetáculo embasado pelo consumismo.

Portanto, levando em consideração que a mídia atua como formadora de opinião, assim como influencia em aspectos econômicos ao garantir visibilidade aos times e jogadores, podemos inferir que o material repercutido por ela pode

não só interferir nas negociações do futebol, mas também com o emocional dos atletas de acordo com suas críticas e avaliações.

Durante o Campeonato Paulista de 2017, o jornalista Jorge Nicola, declarou no programa Bate Bola da emissora ESPN Brasil, que o Corinthians era a quarta-força do futebol paulista na competição daquele ano, ou seja, possuía o pior elenco se comparado aos outros grandes times como Palmeiras, Santos e São Paulo. A declaração dada pelo profissional teve grande repercussão na mídia esportiva e, logo o técnico Fábio Carille, o presidente Mario Gobbi e os jogadores do Corinthians tiveram conhecimento sobre ela, porém, sem uma manifestação imediata.

Apesar do bom início de campeonato desempenhado pelo time, chegando a 81% de aproveitamento, Nicola manteve suas declarações negativas quanto a performance do elenco. O Corinthians apresentou a melhor campanha do torneio e ao término dele consagrou-se campeão do Campeonato Paulista de 2017, momento em que finalmente comentaram as declarações sobre ser a quarta-força. De modo geral, técnico, presidente e jogadores afirmaram que os comentários do jornalista não interferiram em sua campanha, no entanto, os comentários de Nicola resultaram em críticas a imprensa pelo presidente do clube que afirmou que a mídia tem errado em suas análises.

A partir da compreensão inicial do papel e contribuição da mídia esportiva no futebol e das exigências, pressões e expectativas projetadas pelos familiares, torcedores e imprensa nos jogadores, definiu-se a seguinte problemática: a veiculação de notícias sobre os jogadores de futebol e todo o elenco pela mídia, pode interferir de forma positiva ou negativa no desempenho desses atletas dentro de campo como consequência de aspectos psicológicos e emocionais?

O tema será desenvolvido seguindo os moldes do gênero textual reportagem, pretendemos que o texto construído seja expositivo, informativo e descritivo, sobre assuntos pertinentes à discussão da temática. Para a construção da grande reportagem serão entrevistados profissionais das áreas relacionadas ao tema (psicólogos, jornalistas e jogadores de futebol). Pretendemos com isso agregar a matéria relatos e opiniões de especialistas, fornecendo ao leitor um material com informações ampliadas e mais detalhadas.

Ao longo do texto abordaremos aspectos da psicologia do esporte, da mídia esportiva e desafios psicológicos e emocionais enfrentados por atletas e ídolos do futebol devido às expectativas colocadas sobre eles pela família, público e imprensa. Temos como objetivo, além de informar o leitor, despertar também reflexões que permitam com que ele crie uma opinião sobre o assunto abordado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O JORNALISMO

O jornal é um veículo de comunicação social que procura trabalhar com fatos a partir das fontes de informação. A sua progressão tem início no começo do século XIX com a expansão da imprensa e em seguida, no século XX, surgem novos meios de comunicação social, como o rádio e a televisão. É nesse mesmo período que se abrem novas fronteiras com o jornalismo on-line.

A produção jornalística é regida por critérios de noticiabilidade, e para que um acontecimento se torne notícia este deve ser selecionado com base no julgamento pessoal do jornalista, condições do veículo midiático, circunstâncias éticas, políticas, econômicas e sociais. Na etapa inicial do processo de produção da notícia está a compreensão, escolha e elaboração dos acontecimentos pelos meios de comunicação. É nesse ambiente que atuam os valores-notícia.

O jornalismo da forma que o conhecemos hoje teve sua origem no século XIX, momento em que se registrou o desenvolvimento do primeiro mass media - conjunto de diversas tecnologias e ferramentas midiáticas com alcance ao grande público via comunicação em massa. Foi nesse período que, devido à expansão da produção jornalística, aumentou-se o número de profissionais atuando na área com dedicação integral ao novo objetivo dessa atividade: promover informação à população ao invés de propaganda. Nesse contexto há o surgimento de novos valores atribuídos ao jornalismo e que ainda podem ser identificados na prática jornalística atual. Em uma noção de serviço ao público preserva-se no jornalismo valores como a notícia, busca pela verdade, independência e objetividade (TRAQUINA, 2005, p.34).

No que se refere à definição do que é o jornalismo podemos caracterizá-lo como sendo a vida tal como é contada, ou seja, a realidade e, que a notícia é o seu principal produto. Para que se torne notícia uma determinada informação deve ser recente, imediata e circular (FONTCUBERTA, 1999, pg 18). São os jornalistas e a organização para a qual prestam seus serviços que as produzem, por tanto, a notícia é um produto tanto de origem individual quanto de uma organização (VLAD e BECKER, 2009).

Existe uma variedade infinita de fatos e acontecimentos que ocorrem no cotidiano e, que devido a sua infinidade não são passíveis de serem retratados em sua totalidade nos veículos jornalísticos. Como explica Wolf (2003) “o mundo da vida cotidiana - a fonte das notícias - é constituído por uma superabundância de acontecimentos, e são esses acontecimentos que o órgão de informação deve selecionar”.

A notícia de acordo com Jackie Harrison (2006, p.13), é “aquela que é considerada interessante por jornalistas, que exercem seu senso de notícia dentro dos limites da organização noticiário onde opera”.

Os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias, e, por consequência, na construção da realidade (TRAQUINA, 2005, p. 26)

Nesse contexto, o jornalista tem autonomia o que significa que, durante o processo de seleção esses profissionais agem sob influência da cultura e identidade própria, mas também sofrem restrições ligadas à organização do trabalho, o que segundo Garbarino (1982, p.12) “determinam a definição de notícia e legitimam o processo produtivo desde a utilização das fontes até a seleção dos acontecimentos e contribuem para se precaver contra as críticas do público”.

O processo pelo qual as notícias são eleitas compreende diversas etapas de decisão nas quais atuam os critérios de noticiabilidade e os chamados valores-notícia. A escolha dos fatos, as abordagens do acontecimento em questão que se baseia na seleção e produção da notícia e a percepção dos fatos são os três âmbitos da produção jornalística que estão compreendidos nos critérios de noticiabilidade. Assim, o produto final sofre diversas influências desde a escolha até a publicação da matéria.

Assim, diante do exposto e com base nas diversas teorias que fornecem o arcabouço teórico para a compreensão dos fatores envolvidos na produção das notícias, podemos concluir que a prática jornalística busca produzir um material que reflita a realidade, porém nesse processo os acontecimentos são selecionados e as notícias são construídas através de diversos estágios de interação social entre os profissionais do campo jornalístico. O jornalista deve

selecionar o acontecimento que vai retratar e buscar apresentá-lo da forma mais objetiva possível. No entanto, essa escolha será sempre condicionada por fatores micro-sociológicos e macro-sociológicos.

2.2 JORNALISMO ESPORTIVO

Os dados presentes na literatura evidenciam que a relação entre os meios de comunicação e o esporte foi estabelecida desde o surgimento da atividade esportiva, enquanto atividade lúdica. Embora muito rudimentar, há indícios da utilização do processo informativo na prática de esportes pelas civilizações antigas. Esse processo comunicacional era utilizado para divulgar os eventos esportivos e as grandes vitórias.

As obras de Píndaro (522 a.C. – 443 a.C.), um poeta grego, descreviam relatos sobre como eram praticados os esportes na época do poeta. Já Homero, considerado pelos estudiosos como o primeiro jornalista esportivo, apresentou em suas obras *Ilíada* e *Odisséia*, narrativas especializadas sobre as atividades esportivas competitivas.

Assim, encontramos nos meios de comunicação de massa uma ferramenta decisiva para a implantação e divulgação dos acontecimentos esportivos. Esse processo promove o crescimento do esporte enquanto espetáculo, visto que a mídia ao informar sobre um fato esportivo deve fazê-lo com qualidade, principalmente, devido a competição existente entre os meios massivos.

No Brasil, na década de 90, com o advento da televisão fechada, verificou-se uma alteração na programação das emissoras, que incluíram os programas esportivos especializados em vários esportes, e ampliaram assim o mercado dos comunicadores especialistas. Os programas possuem uma diversidade de matérias, no entanto, mantem-se o enfoque no futebol por ser a paixão nacional e render mais cota de publicidade. Nesse contexto, a televisão ampliou a visibilidade do esporte, e com seus recursos técnicos espetacularizam a atividade. Atualmente figura o meio comunicacional com mais cotas de audiência e patrocínio, entre as mídias.

Assim, a imprensa esportiva promove a ligação entre os agentes da prática do futebol e o público que consome o esporte. Por meio da informação difundida, que em conjunto com a ideologia intrínseca de cada indivíduo, influencia na formação de opinião da sociedade a qual pertence.

O futebol se torna, portanto, um produto e os atletas um referencial de conduta que aproxima o torcedor de seu ídolo, o qual se identifica e passa a admirar. O poder de construção do jogador enquanto herói esportivo, e sua desconstrução, detêm-se nas mãos da mídia esportiva e figura uma das relações complexas que regem o futebol.

Dessa forma, enquanto formadora de opinião e detentora do poder de influenciar a visão do público sobre um determinado jogador ou clube, a mídia pode representar uma grande fonte de estresse e pressão aos atletas, devido às expectativas geradas e o risco de receberem críticas pesadas.

2.3 REPORTAGEM

A reportagem é uma modalidade jornalística que figura um gênero textual não literário e veiculado por meios de comunicação (jornais, revistas, televisão, internet, rádio e outros). Ela é um texto jornalístico cujo principal objetivo é informar o leitor e nele despertar reflexões que permitam com que ele crie uma opinião sobre o assunto abordado, portanto, a reportagem possui o papel social de formadora de opinião.

O gênero reportagem é caracterizado como uma notícia ampliada para Bahia (1990) e Melo (1985). De acordo com Bahia, a reportagem é uma grande notícia, porém, nem toda notícia pode ser considerada uma reportagem. Explica que a reportagem é um tipo de notícia que possui suas próprias regras e que, por isso, recebe um valor especial e deve expor circunstâncias sem tomar partido.

A conversão de notícia para a reportagem ocorre no momento em que é necessário ir além da notificação, ou seja, a notícia deixa de ser sinônimo de nota e passa a se situar no detalhamento, questionamento e interpretação, adquirindo um estilo de narrativa (BAHIA, 1999:49).

O texto construído para a reportagem pode ser expositivo, informativo, descritivo, narrativo ou opinativo. Em casos de expositivo e informativo preza-se a exposição de um determinado assunto, com o objetivo principal de informar o leitor. Nas situações em que o texto é descritivo e narrativo, temos a descrição de ações com inclusão de tempo, espaço e personagens. Por fim, caracteriza-se como um texto opinativo quando o repórter apresenta juízos de valor sobre o assunto em questão.

Na reportagem impressa, se destacam alguns elementos que são cruciais para sua construção e reconhecimento como tal gênero, dentre eles está o título, o subtítulo, fotos, desenhos, olho, *lead* e boxes. Assim, o texto final disponível ao leitor resulta “de um trabalho coletivo, especializado e complexo que segue padrões previamente estruturados.” (BENTES, 2004, p.110).

Melo (1985:65) defini a notícia como “relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social” e a reportagem como “relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações”. Segundo Lage (1979), não é uma tarefa fácil definir a reportagem, pois ela pode ser complementação de uma notícia ou derivar de situações que não sejam notícias, porém que sejam de interesse do público. Mas, define a reportagem como um gênero jornalístico que consiste no levantamento de assuntos para ilustrar uma história verdadeira, expor uma situação ou interpretar fatos (LAGE, 1993, p. 61).

No presente trabalho será produzida uma grande reportagem a partir do levantamento de dados obtidos com entrevistas, depoimentos para a mídia e pesquisa de trabalhos da área presentes na literatura. Na reportagem produzida abordaremos sobre a psicologia do esporte, influência do estado psicológico dos jogadores em seu desempenho e a interferência das notícias midiáticas no emocional desses profissionais. Temos como objetivo induzir o leitor a refletir sobre a grande carga emocional e psicológica incumbida a grandes ídolos do futebol e aos aspirantes a essa posição na carreira, bem como sobre se a veiculação de notícias pela mídia pode influenciar de forma negativa e/ou positiva os atletas.

3. DESENVOLVIMENTO DA PEÇA

3.1 DEFINIÇÃO DO TEMA

Originalmente seria desenvolvido um trabalho de conclusão de curso na modalidade de monografia, verificaríamos como funciona a questão da valoração da notícia aplicada ao futebol e qual a cobertura dada pela mídia especializada ao tema. Baseando-se em livros - principalmente de Nelson Traquina, Galtung e Ruge -, teses, dissertações e notícias vinculadas ao esporte retratado na monografia, buscaríamos aliar conhecimento a fatos ocorridos que poderiam nos auxiliar na compreensão do verdadeiro alcance que uma notícia da mídia tem no espaço do futebol. Ainda, seria analisado também se o critério de negatividade do jornalismo esportivo é suficiente para retratar o que de fato acontece no futebol, e se os critérios são suficientes para transformar a realidade em notícia.

No entanto, devido à complexidade e exigências requeridas para a conclusão do mesmo, percebemos que não haveria tempo hábil para finalizarmos a tempo. Então, a partir disso foi decidido que o tema proposto anteriormente, que até então seria desenvolvido como monografia, seria discutido e apresentado na modalidade de uma grande reportagem com conteúdo informativo, capaz de proporcionar ao leitor uma reflexão sobre se as matérias que a mídia produz, podem interferir ou não no psicológico dos jogadores - profissionais e amadores -, de forma positiva ou negativa, influenciando, assim, em seu desempenho dentro de campo.

3.2 PAUTA

Após a definição do tema de abordagem da reportagem definimos então a pauta jornalística, nessa etapa definimos o tipo de reportagem que seria feita e no estilo editorial de qual revista a matéria melhor se enquadraria, além disso, decidimos também sobre quais e quantos profissionais seriam entrevistados para a matéria, bem como as perguntas que seriam utilizadas para guiar as entrevistas (**Anexo I**).

A princípio foi estabelecido que entrevistássemos jornalistas e psicólogos acadêmicos e do mercado de trabalho e também jogadores de futebol podendo ser profissionais e/ou amadores. Para a elaboração de perguntas adequadas para os profissionais em questão, foi realizada uma pesquisa breve, porém aprofundada, sobre a psicologia do esporte (definição, teoria e aplicação) e sobre a produção jornalística, focando principalmente nos valores-notícia utilizados.

Não tendo acesso às áreas dos estádios que necessitam de credenciais e nem ao campo para tirar as fotos, tive que procurar fotos de divulgação com as assessorias de imprensa dos clubes. Apesar disso, criei as artes para a revista, e consegui fotos com a maioria dos entrevistados.

3.3 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

O contato inicial para o agendamento das entrevistas foi realizado por e-mail e redes sociais. Inicialmente foi realizada uma busca rápida em sites de pesquisa para que pudéssemos encontrar o contato de psicólogos inseridos no mercado de trabalho, atuantes na área da psicologia do esporte e também de psicólogos acadêmicos. A mesma busca foi realizada para que pudéssemos encontrar jornalistas acadêmicos.

A pesquisa realizada em sites de busca da internet, para o estabelecimento do primeiro contato com psicólogos e jornalistas, resultou em apenas uma resposta positiva com entrevista bem sucedida, o acesso ao contato da maioria dos entrevistados foi conseguido por intermédio de terceiros que já possuíam contato com esses profissionais (psicólogos, jornalistas e jogadores), e que auxiliaram como mediadores para a obtenção das entrevistas.

- **Gabriel Farias – Jogador de futebol amador**

Gabriel Farias, 18 anos e jogador nas categorias de base do Guarani, foi o primeiro a nos fornecer resposta às perguntas da entrevista. O contato com o jogador foi realizado por intermédio de Filipe, seu cunhado, e meu antigo colega de escola. Filipe agendou uma entrevista com Gabriel que gentilmente aceitou o convite. A entrevista foi gravada e os áudios gerados foram salvos em meu celular. Após isso, foi tirada uma foto do jovem atleta vestindo a camisa de seu

clube. Os arquivos de áudio e a imagem foram devidamente arquivados e identificados para consultas posteriores.

- **Prof. Dr. William R. Falcão – Psicólogo acadêmico e esportivo**

O Prof. Dr. William Falcão formou-se em psicologia (licenciatura e bacharelado) pela Universidade de Brasília (Unb) e tornou-se doutor em Psicologia do Esporte pela Universidade McGill no Canadá, onde trabalha atualmente como psicólogo do esporte, pesquisador e educador. O psicólogo possui 10 anos de experiência de atuação com time de esporte universitário composto por aproximadamente 100 atletas, além disso, trabalhou também com jogadores de futebol semi profissional, MMA, jiu-jítsu, hockey no gelo e basquete.

A entrevista realizada com William foi conseguida a partir do contato por e-mail, encontrado em sua página na internet. Enviamos um e-mail explicando o motivo do contato e a temática do trabalho a ser desenvolvido, o profissional nos respondeu de pronto confirmando sua possibilidade e interesse em contribuir com o trabalho, além de compartilhar seu telefone para contato. As perguntas elaboradas anteriormente e especificamente para psicólogos foram encaminhadas para o profissional para que ele pudesse ler e refletir sobre as respostas. Em seguida, William gentilmente enviou pelo aplicativo Whatsapp suas respostas gravadas e uma foto. O material foi arquivado e identificado para posteriormente ser utilizado na redação da reportagem.

- **Prof. Dr. João Ricardo Cozac – Psicólogo acadêmico e do esporte**

O Prof. Dr. João Ricardo Cozac é Presidente da Associação Paulista da Psicologia do Esporte e Exercício Físico e Doutor em Psicologia do Esporte e do Exercício Físico (Laboratório de Psicossociologia da USP e Escola de Esporte da Faculdade de Educação Física da USP). O contato do profissional foi conseguido por intermédio de Raphael Thebas, um amigo de faculdade. A abordagem inicial foi realizada pelo Whatsapp, o profissional concordou em contribuir com a reportagem e, assim, as questões direcionadas aos psicólogos foram encaminhadas. As respostas também foram gravadas e enviadas como áudio, que então foram adicionados aos nossos arquivos.

- **Raphael Thebas – Jornalista**

Raphael Thebas é repórter da JovemPan e amigo de faculdade, o que facilitou o contato inicial. As questões referentes à produção jornalística foram encaminhadas para o jornalista e depois marcamos uma reunião na rádio para a realização da entrevista. Depois disso, foi tirada uma foto do entrevistado enquanto exercia o seu trabalho.

- **Pedro Victor Delmino da Silva (Pedrinho) – Jogador de futebol profissional**

Pedrinho, 20 anos e atual meia-atacante do Corinthians também nos concedeu a entrevista a partir do aplicativo Whatsapp, o intermédio foi feito por uma amiga em comum. As perguntas direcionadas aos jogadores foram enviadas para a amiga em questão, que gentilmente as encaminhou para o jogador que mais tarde as respondeu por áudios no Whatsapp e enviou uma foto de seu arquivo pessoal.

- **André Galvão – Jornalista**

André Galvão é formado em jornalismo pela UEL, apresentador da rádio Transamérica e repórter de programas esportivos da BAND: Jogo Aberto, Os Donos da Bola e BAND Esporte Clube. O contato com o profissional foi realizado pela rede social *Instagram*. Após enviar uma mensagem solicitando sua participação, tivemos uma resposta positiva e com a possibilidade de realizar a entrevista pessoalmente. A entrevista ocorreu na rádio Transamérica, logo após o término do programa Debate Bola apresentado pelo jornalista, e o áudio da conversa foi gravado. Finalizamos a entrevista com uma foto de André Galvão para futura utilização na reportagem. O jornalista autorizou de imediato o uso da imagem na reportagem.

3.3 REDIGINDO A MATÉRIA

Para aperfeiçoar a redação da matéria os áudios das entrevistas foram transcritos, o que permitiu a otimização da consulta das respostas dos entrevistados. As informações fornecidas principalmente pelos psicólogos

acadêmicos orientaram melhor as pesquisas referentes à psicologia do esporte e permitiram que nos aprofundássemos mais em alguns aspectos da área, tudo isso foi importante para o arcabouço teórico necessário para destrinchar e explicar ao público, de forma clara, o papel da psicologia no esporte, seus benefícios, reconhecimento e desafios no mundo esportivo. Além de trabalhos acadêmicos e científicos foram consultados também matérias esportivas publicadas em alguns dos principais veículos midiáticos do país como: Esporte Interativo, UOL, ESPN, JovenPan, Folha, Terra e Estadão. Esses veículos foram utilizados para a coleta de exemplos de matérias com notícias favoráveis e desfavoráveis, bem como aquelas de repercussão do descontentamento de times e jogadores com a imprensa.

4. CONCLUSÃO

As declarações e comentários obtidos com as entrevistas, assim como a revisão bibliográfica realizada para a redação da reportagem durante o desenvolvimento desse trabalho, nos permite concluir que o status psicológico dos jogadores amadores e profissionais pode interferir no seu desempenho dentro de campo, e que as notícias midiáticas podem interferir de forma positiva ou negativa no psicológico desses profissionais e, portanto, deve-se redigir as notícias de forma responsável.

De modo geral, os aspectos psicológicos e emocionais dos jogadores são reconhecidos como fatores capazes de interferir na performance tática, no entanto, na grande maioria dos clubes o psicólogo do esporte não se encontra incluso na equipe técnica dos elencos profissionais. Porém, o reconhecimento da necessidade do respaldo psicológico, embora não esteja evidente no futebol profissional, está muito presente no futebol amador.

Isso ocorre principalmente devido ao maior tempo hábil para o trabalho do psicólogo nas categorias de base, uma vez que, os atletas dessa categoria permanecem por mais tempo no clube e desde muito jovens. Diferente do futebol profissional em que a rotatividade de atletas é grande, o que não permite um tempo prolongado e adequado para que o trabalho psicológico seja desenvolvido com os jogadores. No entanto, muitas vezes a falta de respaldo psicológico e emocional oferecido por um programa de psicologia esportiva é suprida com a contratação dos chamados *coaching*, palestrantes que realizam trabalho motivacional.

Logo, diante do exposto, podemos concluir que a mídia esportiva possui grande influencia no psicológico e carreira dos jogadores por meio das notícias que veicula. E também, que o preparo psicológico é um aspecto muito importante na carreira de um futebolista, visto que questões emocionais e psicológicas podem interferir no seu desempenho e conseqüentemente na sua carreira profissional.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAHIA, J. Jornal, história e técnica. 4. ed. São Paulo: Ática. 2v. v2: As técnicas do jornalismo, 1990.

BENTES, Anna C. Linguagem: práticas de leitura e escrita, volume 2. São Paulo: Global: Ação Educativa, 2004.

CAMARGO, Vera Regina. O pensamento de Antonio Alcoba e sua importância na trajetória dos estudos e pesquisas sobre o Jornalismo Esportivo no Brasil. **Palestra apresentada no NP18–Comunicação e Esporte no V Encontro de Núcleos e Pesquisa da Intercom**, 2005.

COSTA LM. Futebol folhetinizado: a imprensa esportiva e os recursos narrativos usados na construção da notícia. *Rev Logos*. 2010;17:65-77. (Comunicação e Esporte; 33).

GARBARINO, A. La normalizzazione dei giornalisti. Ipotesi sugli esiti della socializzazione professionale negli apparati dell'informazione, *Sociologia dell'organizzazione*, 1, pp. 7-53. 1982

GAYDECZKA, Beatriz. A multimodalidade na reportagem impressa. **Estudos Linguísticos XXXVI (3), setembro**, p. 108-115, 2007.

Harrison, J. (2006). *News*. London: Routledge

KINDERMANN, Conceição Aparecida. O estudo dos gêneros do jornal: o caso da reportagem. **Encontro do CELSUL**, v. 5, 2002.

LAGE, N. Ideologia e técnica da notícia. Petrópolis: Vozes, 1979.

_____. Estrutura da notícia. São Paulo: Ática, 1993.

MELO, J. M. de. A opinião no jornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1985.

RUBIO K. O imaginário da derrota no esporte contemporâneo. *Psicol Soc*. 2006;18:86-91

TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa: Presença, 2003.

6. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Atividades	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO
Definição da pauta	X			
Revisão bibliográfica	X	X	X	
Levantamento e contato inicial com psicólogos, jornalistas e jogadores	X			
Elaboração de perguntas direcionadas aos entrevistados	X			
Agendamento e realização de entrevistas	X	X		
Organização do conteúdo obtido (áudios e imagens)		X	X	
Redação da Reportagem		X	X	
Elaboração de Relatório de Realização do Produto		X	X	
Diagramação do material			X	X

7. ANEXOS

ANEXO I - CRÉDITO DAS FOTOS DE DIVULGAÇÃO

- **Corinthians campeão paulista 2017 – Foto: Daniel Augusto Jr./Agência Corinthians**
- **Pedrinho – Foto: Daniel Augusto Jr./Agência Corinthians**
- **Categorias de base – Foto: Jefferson Vieira/Oeste FC**
- **Nilmar – Foto: Agência Reuters**
- **Árbitro – Foto: Fernando Dantas/Gazeta Press**
- **Neymar – Foto: C. Gavelle/PSG**
- **Pelé – Foto: Lemyr Martins/Veja**
- **Lulinha – Foto: César Greco/AFP**
- **Gabigol – Foto: Agência AFP**
- **Ganso – Foto: Agência EFE**

8. APÊNDICES

APÊNDICE I - QUESTÕES PARA ENTREVISTAS

PSICÓLOGOS

1. Houve algum caso em que algum jogador de futebol profissional ou amador buscou ajuda psicológica com você por conta própria?
2. Quais são as etapas para implantação de um programa de psicologia esportiva em geral? E em um clube de futebol, difere algo? Durante a implantação do programa é traçado o perfil de cada atleta?
3. Por definição a personalidade de um indivíduo é uma organização dinâmica, ou seja, está sujeita a alterações constantes e influências de diversos fatores (genéticos e sociais). De que forma essa variável é trabalhada? A avaliação do perfil dos atletas é feita regularmente? Há uma adaptação do programa à situação psicológica atual dos atletas?
4. Alguns autores estabelecem as características de ansiedade, medo do fracasso, tendência depressiva e alta sensibilidade para fracassos ou críticas externas como características recorrentes da personalidade esportiva. Você percebe a prevalência dessas características nos atletas? Seria a mídia uma das principais fontes da ansiedade e sensibilidade a críticas externas? Por quê?
5. A mídia pode ter grande influência no iniciante, que ainda busca seu lugar e tenta solidificar sua carreira, mas em um jogador profissional que já conquistou seu espaço, talvez essa influência não seja tão presente. Diante disso há diferença da abordagem do programa de psicologia esportiva aplicado aos jogadores da base e aos do elenco profissional?
6. Alguns autores defendem a existência de uma “personalidade esportiva” que seria como um conjunto de características que permitem destacar no atleta uma “personalidade específica”, seriam elas: organização, disciplina, controle emocional, liderança, autoconfiança, exigência e etc. Esse perfil realmente é

observado entre os atletas? Os programas de treinamento psicológico trabalham a otimização de alguma dessas características?

7. Segundo dados da matéria do Esporte Interativo, apenas 6 dos 20 clubes da série A do campeonato brasileiro possuem psicólogos no elenco profissional. Ao que você atribui a falta de investimento dos clubes nesta área? Há certo preconceito por parte dos dirigentes, comissão técnica ou jogadores?

JORNALISTAS

1. Quando produz uma notícia desfavorável, você considera que pode afetar o psicológico e interferir no desempenho de um atleta, influenciando todo o elenco?

2. E quando produz uma notícia favorável, você acha que pode influenciar de forma positiva o desempenho do atleta?

3. Se presumirmos que a notícia é uma “mercadoria” que deve ser “vendida” ao público, você considera que há preferência por pautas polêmicas e negativas para atrair maior audiência?

4. Geralmente, qual o critério que você adota para construção de uma notícia? Possui liberdade e autonomia para se expressar durante a redação dessa notícia, ou deve seguir a linha editorial do veículo onde trabalha?

5. Supondo que você possui três pautas interessantes em mãos. Uma polêmica, uma negativa e uma positiva. Qual você acha que chamaria mais atenção do público? Qual você escolheria? Por quê?

6. Você acredita na imparcialidade dos jornalistas esportivos e comentaristas? Acredita que um jornalista/comentarista que declarou seu time do coração, tem mais propensão a fazer críticas aos times rivais através de notícias e comentários?

7. A mídia pode ter grande influência no iniciante, que ainda busca seu lugar e tenta solidificar sua carreira, mas em um jogador profissional que já conquistou seu espaço, talvez essa influência não seja tão presente. Diante disso, há

diferença na escrita e na abordagem da matéria em relação aos jovens jogadores e aos jogadores mais experientes?

JOGADORES

1. Você acompanha jornais, notícias na internet ou programas esportivos?
2. Você acha que às vezes a mídia força demais nas notícias, visando apenas conseguir maior audiência?
3. Você já leu algum comentário/notícia desfavorável ao seu desempenho ou do seu time? Tem receio de ler ou isso não faz diferença nenhuma? Se sim...
4. Isso te afetou de alguma forma? Tem relatos de colegas que reclamaram sobre isso? Se o clube não tiver psicólogos...
5. Você sente falta de um psicólogo no elenco? Ou consegue encontrar apoio psicológico com os colegas de equipe ou com o treinador?
6. Você acha que a falta de acompanhamento psicológico pode afetar o desempenho dos jogadores em geral?
7. Há um preconceito por parte dos jogadores com os profissionais dessa área?

APÊNDICE II - AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE DIREITOS DE IMAGEM

- GABRIEL FARIAS



- RAPHAEL THEBAS

