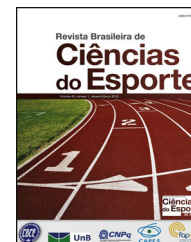




# Revista Brasileira de CIÊNCIAS DO ESPORTE

[www.rbceonline.org.br](http://www.rbceonline.org.br)



## ARTIGO ORIGINAL

# Mídia e esporte: representações sobre treinadores em um jornal impresso



Heidi Jancer Ferreira<sup>a,b,\*</sup>, Andreia Cristina Metzner<sup>a</sup>, Janaína da Silva Ferreira<sup>a,c</sup>,  
Luiza Darido Da Cunha<sup>a</sup>, Arthur Sales Pinto<sup>a</sup>, Marina Aggio Murbach<sup>a</sup>  
e Alexandre Janotta Drigo<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Universidade Estadual Paulista (Unesp), Programa de Pós-Graduação em Ciências da Motricidade, Rio Claro, SP, Brasil

<sup>b</sup> Instituto Federal do Sul de Minas, Campus Poços de Caldas, MG, Brasil

<sup>c</sup> Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Recebido em 24 de junho de 2016; aceito em 20 de março de 2018

Disponível na Internet em 9 de junho de 2018

### PALAVRAS-CHAVE

Mídia;  
Educação física e  
treinamento;  
Esportes;  
Artigo de jornal

**Resumo** O estudo buscou identificar e analisar os conteúdos relacionados a esportes e treinadores na mídia impressa. O material de análise foi composto por 41 colunas esportivas, publicadas por jornal de grande circulação nacional durante um mês. Os dados foram tratados pela análise de conteúdo. Verificou-se que o tema predominante foi o futebol masculino de grandes clubes e que 24 das 41 colunas apresentaram conteúdo sobre treinadores. Constatou-se que os discursos apresentaram um teor avaliativo sobre o trabalho dos treinadores, contribuíram para a formação de opinião sobre a competência ou incompetência dos profissionais e para a construção de uma representação deles perante o público.

© 2018 Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte. Publicado por Elsevier Editora Ltda. Este é um artigo Open Access sob uma licença CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

### KEYWORDS

Media;  
Physical education  
and training;  
Sports;  
Newspaper article

### Media and sport: representations of coaches in a newspaper

**Abstract** The study sought to identify and analyse the content related to sports and coaches in the print media. The analysis material was composed of 41 sports columns, published by large national newspaper for a month. The data were analysed by content analysis. It was found that the predominant theme was the male football big clubs and that 24 of the 41 speakers presented content on coaches. It was found that the speeches had an evaluative content of the work of

\* Autor para correspondência.

E-mail: [heidi.ferreira@ifsuldeminas.edu.br](mailto:heidi.ferreira@ifsuldeminas.edu.br) (H.J. Ferreira).

**PALABRAS CLAVE**

Medios de comunicación;  
Enseñanza y entrenamiento físicos;  
Deportes;  
Artículo de periódico

coaches, contributing to the formation of opinion about the competence or incompetence of professionals and to build a representation of them to the public.

© 2018 Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte. Published by Elsevier Editora Ltda. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

**Medios de comunicación y deporte: representación de entrenadores en un periódico**

**Resumen** El estudio trata de identificar y analizar el contenido relacionado con el deporte y los entrenadores en los medios impresos. El material de análisis se compone de 41 columnas deportivas, publicadas por un diario importante a nivel nacional durante un mes. Los datos se analizaron mediante el análisis de contenido. Se encontró que el tema predominante fueron los grandes clubes de fútbol masculino y que 24 de los 41 oradores presentaron contenido de los entrenadores. Se encontró que los informes tenían un contenido evaluador del trabajo de los entrenadores, lo que contribuye a la formación de opinión sobre la competencia o incompetencia de los profesionales y a la construcción de una representación de ellos para el público.

© 2018 Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte. Publicado por Elsevier Editora Ltda. Este es un artículo Open Access bajo la licencia CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

**Introdução**

Comunicação e esporte constituíram-se mutuamente durante a modernidade, o que explica em grande parte a forma articulada que assumem na atualidade (Gastaldo, 2011).

A mídia se insere nesse contexto como um dos principais mecanismos mediadores das relações de disputa no esporte, tem significativa influência nas representações sociais construídas acerca das práticas desse campo e da sua legitimação. As práticas esportivas produzidas pela mídia têm maior legitimidade do que aquelas que não passam por suas vias (Sanfelice, 2010). Orientada por interesses próprios, a mídia assume o controle da relação entre espectador e esporte, determina as práticas esportivas e o acesso a elas (Gastaldo, 2005).

A mídia atua como fator externo e catalisador da espetacularização do esporte. O campo jornalístico, em específico, adquiriu tamanho poder de influência sobre o campo esportivo, interfere e altera suas práticas de tal forma que o esporte se encontra indissociável dos meios de comunicação (Betti, 2010). "A rigor, não existe esporte na mídia, apenas esporte da mídia" (Betti, 2001, p. 107). Essa afirmação define bem a realidade atual no campo esportivo, em que os eventos esportivos têm sido constituídos principalmente a partir dos interesses midiáticos.

O discurso midiático não tem sido produzido como informação na acepção literal, mas sim como parte de espetáculo (Betti, 2010), e pode ser analisado em diferentes

níveis: o do esporte elevado ao quadrado, quando o jogo que era praticado em primeira pessoa passa a ser um espetáculo a ser consumido por outras pessoas; que por sua vez gera o esporte elevado ao cubo, o discurso produzido sobre o esporte assistido (Eco, 1993). Aqui se encontra o discurso da imprensa esportiva.

É sabido que o papel do treinador esportivo é essencial para a obtenção de bons resultados, ele é o mediador dentro das diversas relações esportivas. Diante da complexidade dos conhecimentos, habilidades e preparação necessária para o êxito de um treinador, seria plausível que as análises sobre os trabalhos feitos por eles tivessem a mesma profundidade. Entretanto, parte significativa das notícias divulgadas sobre treinadores é voltada para a acusação, crítica ou valorização, sem o devido critério técnico de análise de desempenho dos profissionais (Silva et al., 2014).

O reconhecimento social e a atribuição de prestígio aos treinadores são hoje determinados pela mídia. Dessa forma, ela tem o poder de influenciar a estabilidade profissional dos treinadores.

Diante dessa realidade, torna-se importante analisar a relação entre mídia e esporte no que diz respeito à atuação de treinadores, para ampliar a reflexão e conscientização acerca do poder de influência midiática sobre a lógica esportiva. Assim, os treinadores poderão desenvolver estratégias para lidar com a interferência dos jornalistas sobre seu trabalho (Betti, 2010; Silva et al., 2014). Uma das possibilidades teórico-metodológicas para se alcançar uma maior compreensão consiste no estudo sobre os discursos midiáticos, as

transmissões esportivas e o universo onde estão inseridas (Gastaldo, 2011).

Esta pesquisa teve por objetivo verificar os conteúdos relacionados a esportes e treinadores nas colunas de um jornal de grande circulação nacional e, analisar, a partir dos discursos produzidos, as representações sobre treinadores esportivos na mídia impressa.

## Procedimentos metodológicos

Este estudo se caracteriza como do tipo qualitativo, de caráter descritivo. A pesquisa qualitativa produz um trabalho que inclui a reflexão do pesquisador, uma descrição complexa, a interpretação do problema e sua contribuição para a literatura ou um chamado à mudança (Creswell, 2014).

O método de investigação usado foi a análise documental. Esse método se baseia na ideia de que os documentos não são apenas uma fonte de informação contextualizada, mas emergem de uma realidade específica, podem subsidiar interpretações sobre esse mesmo contexto (Lüdke; André, 2013).

A análise documental se deu no campo da comunicação e do jornalismo impresso. Adotando-se como referência a classificação de José Marques de Melo (Melo e Assis, 2016), focamos no gênero opinativo, formato coluna, do tipo esportiva. A coluna é uma seção especializada de publicação periódica que emite juízos de valor a partir de unidades curtas de informação, geralmente assinada e caracterizada por uma redação mais livre e subjetiva (Melo, 2003). O colunista exerce um trabalho de orientação e formação da opinião pública, vai além de somente informar sobre o assunto noticiado, de tal forma que quanto mais vezes um nome é registrado nas colunas, mais legitimização social ele adquire (Melo, 2003). Pelo caráter opinativo, pela capacidade de projeção de personagens e pelo grau de aproximação com o público, optamos pelo formato coluna para verificar como tem sido registrada a figura do treinador no jornalismo esportivo.

O *corpus* de análise foi composto a partir de colunas esportivas de um jornal impresso. O jornal foi escolhido segundo o critério de maior média de circulação no ranking dos maiores jornais do Brasil, divulgado pela Associação Nacional de Jornais (2015). De forma não intencional, os dados foram coletados em novembro de 2015 e foram identificadas 26 edições que continham colunas esportivas. Nesse período, foram feitos diversos eventos esportivos, tais como as rodadas finais do campeonato brasileiro de futebol, o campeonato mundial de ginástica artística, etapas da copa do mundo de natação, grande prêmio do México de Fórmula-1, finais da *Association of Tennis Professionals* (ATP), Copa Davis, campeonato mundial de vela, campeonato mundial de ginástica de trampolim e seletiva nacional de judô (O Globo, 2015). Contudo, o estudo teve como foco a representação do treinador na mídia, e não a cobertura dos eventos.

Durante o período de observação, foram consideradas todas as colunas publicadas no caderno de esporte por cinco colunistas que escrevem regularmente para o jornal, formou-se um conjunto de 41 textos. Desse total, 33 colunas foram escritas por três jornalistas homens que têm como escopo de redação o universo do futebol; e oito colunas

foram elaboradas por jornalistas do sexo feminino que abordam assuntos gerais sobre esportes.

Com a finalidade de garantir a qualidade da pesquisa, optou-se pela estratégia de triangulação de pesquisadores durante a fase de análise dos documentos. Foi adotado o procedimento de codificação múltipla, a partir de um grupo de seis pessoas, para enriquecer a compreensão e verificar a semelhança dos resultados obtidos pelos diferentes pesquisadores. Cada texto foi analisado por, no mínimo, duas pessoas. As colunas foram distribuídas entre os pesquisadores, cada um analisou, individualmente, 13 ou 14 colunas.

Os conteúdos veiculados nas colunas foram caracterizados de acordo com os seguintes critérios: a) presença da palavra treinador/técnico ou referência ao termo; b) teor do discurso produzido pelos colunistas; c) tema abordado pela coluna; d) modalidade de que se tratava o conteúdo.

Os dados foram tratados pela análise de conteúdo que pretende descrever as comunicações produzidas pelos sujeitos ou elementos investigados a partir da sistematização de um conjunto de procedimentos e fazer inferências, a partir da categorização objetiva e sistemática das características presentes nas mensagens (Bardin, 2011).

Inicialmente foram feitas as análises individualizadas. Em seguida, os pesquisadores se reuniram para confrontar as categorias escolhidas e discutir os resultados encontrados. Após discussões e operações sucessivas, foram definidas as categorias finais. É importante ressaltar que todas as categorias foram sistematizadas a partir dos dados coletados, com base nas representações percebidas nas unidades de análise.

No fim da sistematização, foram estabelecidas quatro categorias explicativas da representação de treinadores, a saber: desempenho, competência, perfil e carreira. Algumas dessas categorias foram subdivididas, conforme apresentado na [tabela 1](#).

## Resultados e discussão

Os resultados serão apresentados e discutidos em duas partes: a caracterização dos conteúdos veiculados pelas colunas esportivas e a representação de treinadores pelo jornal analisado.

Caracterização dos conteúdos veiculados pelas colunas esportivas

Com relação ao conjunto de dados do estudo, composto pelas 41 colunas esportivas coletadas, 33 retrataram como tema o futebol, mais especificamente o futebol masculino de grandes clubes. O atletismo e a vela tiveram uma ocorrência, em colunas distintas. As outras seis se referiram a questões diversas sobre gênero, políticas públicas e megaeventos que envolveram o mundo esportivo.

Silva et al. (2014) também identificaram a predominância do futebol nos assuntos abordados em notícias esportivas de um *site* da *web* e dentre os discursos voltados para os treinadores, indicaram que embora os meios de comunicação analisados sejam diferentes, eles têm a mesma característica de direcionar os assuntos para o futebol.

Sobre a presença do termo ou referência a treinadores, 24 de 41 colunas apresentaram assuntos relacionados aos profissionais. Desse recorte, foram identificadas 66 frases que faziam referência a treinadores, adotadas como

**Tabela 1** Sistematização das categorias

Categoria	O que engloba	Subcategorias	Nº de unidades
Desempenho do treinador	_Comentários que criticam as decisões e trabalho do treinador numa dada situação. _Comentários que elogiam e apontam acertos do treinador nas decisões em um jogo ou campeonato.	Críticas negativas e contestação	11
		Elogios/ Aceitação	19
Competência do treinador	Comentários sobre a capacidade ou incapacidade do técnico e sua competência profissional.		06
Perfil do treinador	Comentários que caracterizam o estilo de trabalho do treinador, classificam e atribuem uma imagem representativa.	Estilo	04
		Relação entre treinador e atletas	05
Carreira profissional	_Comentários sobre a instabilidade dos treinadores nos clubes; _Comentários sobre critérios para contratação de técnicos; _Comentários sobre formas de capacitação profissional, como cursos e intercâmbios profissionais. _Comentários sobre a progressão na carreira dos treinadores.	Autoconfiança	02
		Valorização da formação profissional	02
		Ascensão na carreira	03
		Permanência na carreira	01
		Contratação e rotatividade de treinadores	08
		Capacitação profissional	05
Total			66

unidades de análise. Ao se analisar o conteúdo das mensagens veiculadas sobre os treinadores, verificamos que a maioria delas abordou a atuação de treinadores de futebol masculino de grandes clubes. O caráter opinativo da coluna é efetivo na própria seleção dos fatos e personagens a serem registrados (Melo, 2003). Considerando-se que o período de observação coincidiu com as rodadas finais do campeonato brasileiro de futebol, o número de referências aos treinadores é um indicativo de que diante desse evento os jornalistas selecionaram o “treinador” como merecedor de registro.

A partir dos dados encontrados, foi possível confirmar as características apontadas por Betti (2001) como constituintes do esporte produzido pela mídia: monocultura esportiva, ênfase na falação esportiva, superficialidade e prevalência dos interesses econômicos.

A tematização do futebol enquanto monocultura esportiva da mídia (Betti, 2010) pode ser confirmada e justificada a partir de outros estudos. A primeira razão está relacionada à geração volumosa de benefícios econômicos (Bonin et al., 2016; Guerra, 2011). A segunda está pautada nas características da modalidade que contribuem para que o futebol esteja na preferência do público, como a imprevisibilidade, a produção de relações de proximidade e a identificação entre as pessoas e a dimensão da sociabilidade que se estabelece pela interação e pelo compartilhamento dos fatos midiáticos (Gastaldo, 2005; Guerra, 2011).

Além de um tema predominante – o futebol – os conteúdos tratados nas colunas foram muito repetitivos e meramente informativos. As notícias se aproximam das informações em tempo real e são tendencialmente menos reflexivas (Machado, 2010). Essa relação com a temporalidade pôde ser observada nos temas das colunas

que se reportaram com grande frequência ao campeonato brasileiro de futebol, competição que estava em destaque durante a coleta dos dados.

A ação intencional de informar e atualizar o que está acontecendo no momento, sobre os resultados dos jogos, as negociações de jogadores e outros exemplos consistem na falação esportiva (Eco, 1993), principal estratégia dos meios de comunicação de massa. Ela recapitula as histórias das partidas, faz previsões, explica e justifica as derrotas e vitórias, bem como cria rivalidades.

Na atualidade, o que se percebe na mídia, no fim de cada partida esportiva, é a exaltação aos ditos heróis e o massacre dos vilões (Silva et al., 2014). No jornalismo esportivo, uma estratégia comumente adotada é o sensacionalismo. Além disso, ao analisar as reportagens, verifica-se que os jornalistas buscam evidenciar as notícias capazes de causar maior impacto e atrair a atenção dos leitores, como, por exemplo, o lançamento de polêmicas que envolvem o futebol masculino.

A mídia aparentemente reporta os acontecimentos, mas na realidade ela constrói opiniões, reforça valores e manipula as pessoas. Segundo Akstein et al. (2003, p.43):

A mídia cria ídolos, faz com que desconhecidos virem famosos da noite para o dia. Por outro lado, pode destruir uma carreira inteira de qualquer jogador ou técnico. Quanto ao futebol, esse poder de formar opiniões pode ser verificado em incontáveis exemplos: informações, narrações, notícias são dadas de maneira unidirecional.

Essa intensa divulgação do futebol pela mídia pode levar à alienação dos leitores, pois eles não têm oportunidade de refletir sobre o número excessivo de reportagens que

retratam a modalidade e os seus craques eleitos por um grupo seletivo de jornalistas que assumem a postura de conhecedores do assunto. O público não tem o mesmo acesso às notícias das demais modalidades esportivas, os temas de suas discussões cotidianas são determinados pelos jornalistas, torna-se um grupo de consumidores homogêneos (Sanfelice, 2010).

A lógica da mídia atende a interesses econômicos, pressupõe o que o público quer e só lhe oferece isso. Ao analisarmos essa dinâmica à luz do conceito de campo proposto por Bourdieu (2003), é possível compreender que as relações entre a mídia, o mercado e o esporte não são abstrações, mas configuram-se em função das práticas dos campos sociais (Sanfelice, 2010). O campo social pode ser entendido como o espaço estruturado em que os agentes, que já têm posições fixadas, lutam em torno de interesses específicos e poder (Bourdieu, 2003).

O sistema de agentes e instituições associados à comunicação tende a funcionar como um campo social, o midiático. Assim como também pode-se entender que o sistema relacionado ao esporte se configura como um campo. O campo da mídia, que tem como bem específico o discurso, garante a mediação do próprio campo com os demais e de todos esses entre si. Em função disso, o campo esportivo torna-se coator de sua própria história, que passa a ser rígida e construída pela lógica midiática, deriva novos sentidos ao espaço esportivo (Bourdieu, 2003).

Os agentes devem satisfazer as exigências inscritas no campo (Bourdieu, 2003). O campo jornalístico é o lugar de uma lógica específica, que começou a funcionar como um campo de concorrência, orientado por dois princípios de legitimação: o reconhecimento pelos pares, em que os jornalistas impõem uns aos outros restrições e controles, e cujo respeito a essas exigências funda a reputação profissional, e o reconhecimento pela maioria, dado pelo número de leitores e audiência (Bourdieu, 1997).

Portanto, além de buscar maior aceitação do público, os jornalistas escrevem para outros jornalistas e balizam seus discursos em função do trabalho desses outros profissionais posicionados no topo da carreira, vislumbram reconhecimento e ascensão no meio. Essa busca por reconhecimento pelos pares é pouco favorável à afirmação da autonomia e desencadeia o uso de recursos pelos jornalistas, tais como tomar emprestado os instrumentos usados por outros, repetir temas que não se pode deixar de falar, abordar determinados assuntos porque outros jornalistas descobriram, retomar números e fatos especiais e entrevistar convidados considerados importantes (Bourdieu, 1997). Assim, a concorrência no meio jornalístico, em vez de provocar originalidade e diversidade, tende para a uniformidade da oferta, a qual foi possível constatar diante dos dados obtidos com o predomínio de notícias sobre os acontecimentos do campeonato brasileiro de futebol de 2015.

### Representações de treinadores pelo jornal analisado

Na categoria relacionada ao desempenho do treinador verificou-se que os jornalistas apresentam, em sua maioria, reportagens com teor avaliativo sobre o trabalho dos treinadores, assumem ora caráter de crítica e contestação, ora de

elogio e aceitação. A maior incidência de trechos que citam treinadores se referiu a essa categoria, denotou-se a ênfase dada pelos colonistas à avaliação das decisões tomadas pelos treinadores antes e durante os jogos. Esses resultados corroboram estudos que afirmam que a mídia, principalmente em relação ao futebol, tem focado na análise das decisões dos treinadores em detrimento do entretenimento e da comunicação aos leitores (Betti, 2010; Santaella, 1996; Silva et al., 2014).

É nítida a valorização dos jornalistas esportivos dos discursos que envolvem o treinador e sua capacidade ou incapacidade de resolver diferentes problemas de cunho tático e técnico das equipes em seu comando. Ao estabelecer críticas, a mídia é capaz de influenciar e incitar diferentes discussões acerca do trabalho desenvolvido pelo treinador, gerar tensões em torno de suas decisões profissionais. Além de que, a repercussão obtida com as críticas e elogios também interfere na estabilidade profissional dos treinadores, pois sua permanência no clube depende, em grande parte, da representação construída pela mídia sobre seu desempenho profissional (Machado, 2010).

Ao mesmo tempo em que a mídia critica o trabalho de alguns treinadores, ela vangloria o de outros. Essa exaltação e exposição exagerada do campeão, de sua carreira e história de vida pôde ser percebida em relação ao treinador do time que liderava o campeonato brasileiro de futebol de 2015 e foi o foco de 13 das 19 citações nos textos analisados que continham elogios a desempenho de treinadores. Esse tipo de discurso esportivo dá destaque a determinadas situações e produz heróis, tanto para jogadores como treinadores.

Na segunda categoria, a competência do treinador, os conteúdos abordam a capacidade ou incapacidade técnica do treinador. Os comentários analisados atribuem o sucesso ou o fracasso do time à competência profissional do treinador, ou seja, o técnico é retratado como a referência da equipe. Há que se ressaltar que essa competência profissional dos treinadores é atestada pelos jornalistas e, no caso dos trechos selecionados, está reduzida e relacionada somente à capacidade de organização tática da equipe. Esses comentários reforçam o fato de que em alguns momentos os jornalistas se posicionam como avaliadores do trabalho do treinador, adotam uma postura que vai além de simplesmente relatar os acontecimentos do mundo esportivo.

O sucesso do treinador depende de inúmeros fatores, dentre eles sua formação acadêmica e profissional, o caráter reflexivo e crítico sobre a sua prática, a valorização do trabalho coletivo, a criatividade para tornar as sessões dos treinos diversificadas e atrativas, o acompanhamento dos avanços científicos, sua filosofia de trabalho e a sua postura moral e ética (Egerland et al., 2009).

Porém, esses atributos não são destacados nas reportagens analisadas neste estudo. Embora sem apropriação da complexidade de conhecimentos que envolvem as competências profissionais de um treinador, os jornalistas fazem suas análises e constroem representações de um treinador competente ou incompetente, baseiam-se principalmente, ou até mesmo exclusivamente, nos resultados competitivos obtidos, deixam de lado critérios técnicos, econômicos ou particulares da disputa envolvida. Nota-se que os jornalistas informam as vitórias obtidas pelos treinadores e



não discutem os motivos que os levaram a alcançar esses resultados. É como se os resultados positivos fossem gerados pelo acaso e outros fatores desconhecidos, sem considerar o trabalho desenvolvido pelos treinadores.

A terceira categoria trata do perfil do treinador e engloba as características e posturas de treinadores retratadas nas colunas. Os jornalistas atribuem imagens aos técnicos, criam e dão nomes a estilos de trabalho, a partir da observação e descrição de suas atitudes, como, por exemplo, o conservador, o estrategista, o autoritário e o revolucionário. Essa forma de discurso permite a construção da imagem do treinador, na qual os traços de personalidade prevalecem em detrimento do trabalho desempenhado em si.

A falação e a repetição dos jornalistas promovem a elaboração de perfis de treinadores que se naturalizam e se tornam uma representação deles, como por exemplo de que o treinador gaúcho é irritado (Silva et al., 2014). Essa criação de tipos de treinadores e jogadores consiste em recursos discursivos usados na forma peculiar de escrita da mídia esportiva para aumentar a interação com o público.

A postura de treinadores na relação com os atletas foi abordada em uma coluna analisada com temática diversa do universo do futebol. Com teor de denúncia, foram apontados casos de crimes de assédio cometidos por treinadores com seus atletas, evidenciaram a falta de princípios morais e éticos de alguns técnicos no exercício da profissão. Essa é uma questão que, apesar de ter apenas uma citação nos dados, merece destaque, uma vez que coloca em pauta um assunto de grande importância para a formação profissional em educação física, que deve estar atenta às falhas e aos problemas existentes no campo da intervenção.

Por fim, a categoria de carreira profissional engloba a valorização da formação profissional, a ascensão e permanência na carreira de treinador, a contratação e rotatividade de treinadores em clubes e as formas de capacitação profissional.

O mercado de trabalho, de uma forma geral, tem exigido profissionais competentes, e no meio esportivo não é diferente. Dessa forma, os treinadores, além de ter domínio sobre os conhecimentos técnicos e táticos da modalidade esportiva, necessitam de uma atualização profissional constante, além de competências comunicativas e postura ética (Egerland et al., 2009).

Alguns aspectos sobre a valorização da formação profissional, a ascensão e permanência na carreira de treinador foram retratados em uma coluna analisada. Notou-se que o jornalista dá importância aos estudos dos treinadores junto a instituições desenvolvidas como forma de melhoria da capacidade de diagnóstico e resolução de problemas da equipe, bem como mecanismo de ascensão na carreira.

Em coluna distinta, emergiu o tema a respeito de alguns ex-atletas não se identificarem profissionalmente como treinadores. Essa ideia veiculada demonstra que a experiência prática anterior não garante a competência e o sucesso profissional. No estudo de Fernandes et al. (2013), ficou caracterizado que só a experiência de atleta não é mais suficiente nos dias de hoje, o próprio mercado de trabalho impõe novas exigências, contribui para a transição do modelo artesanal para o modelo científico de formação de treinadores (Drigo, 2011).

A subcategoria ascensão na carreira enfatiza como o treinador alcançou uma posição, evidencia a existência de um

processo de formação de carreira na profissão de treinador. Nesse processo, os resultados alcançados possibilitam a progressão para cargos mais altos, o que no esporte são entendidos como aqueles correspondentes a uma hierarquia mais alta em nível de competitividade e performance esportiva, como as equipes principais. Contudo, em alguns casos, o prestígio alcançado por ex-atletas parece favorecê-los quando optam por seguir a carreira de treinadores e aceleram a progressão para cargos elevados (Fernandes et al., 2013). Fato que foi identificado no trecho a seguir:

“Dunga é diferente. Foi contratado pela CBF, pela primeira vez, sem jamais ter sido treinador (Folha de S.Paulo, 08/11/15)”.

Em relação à carreira de treinador, o assunto mais falado foi a alta rotatividade e contratação de treinadores pelos clubes de futebol. Os jornalistas se manifestam contrários às trocas constantes de treinadores e apontam como situação ideal para o futebol brasileiro que os treinadores e atletas se mantivessem no clube por um longo período. Quanto à contratação, o conteúdo jornalístico apresentou como opções a escolha em função da imponência do nome do treinador e em função da adequabilidade do trabalho do treinador à proposta do clube. Entretanto, apesar de criticarem essa situação a que os treinadores são submetidos, os próprios jornalistas são agentes que interferem na estabilidade desses profissionais, na medida em que usam o discurso produzido como forma de impor o nome e construir a imagem de um treinador perante os torcedores, que são por sua vez os consumidores dos produtos oferecidos pelos clubes.

A pressão que a mídia exerce sobre a área esportiva faz com que os treinadores lancem mão de todos os recursos possíveis para manter a sua estabilidade profissional. No entanto, a permanência e progressão de um treinador na carreira dependem não apenas da sua competência técnica, mas também da repercussão do trabalho desenvolvido por ele e da forma como é representado nos meios de comunicação.

A presença de conteúdos no meio jornalístico sobre questões relacionadas à carreira é importante para a melhoria da formação profissional dos treinadores. Ao expor esse assunto, a mídia fomenta discussões sobre as necessidades, tensões e desafios existentes na profissão. Pereira (2015) sugere que a mídia esportiva deveria também debater a concepção do papel do treinador com mais profundidade e isso poderia contribuir para o enriquecimento das críticas ao trabalho de um treinador.

No contexto da formação acadêmica em educação física é importante que se compreenda como se tem dado a construção de representações dos treinadores por jornalistas para que os profissionais se tornem capazes de se relacionar com a mídia e de ser menos susceptíveis à influência dela. Para Pires (2003), a compreensão da mídia esportiva pode constituir-se em um dos objetivos da formação em educação física para possibilitar uma intervenção profissional emancipada e emancipatória.

## Considerações finais

Por meio dos resultados apresentados, foi possível verificar que os conteúdos veiculados nas colunas esportivas se

dedicam predominantemente ao futebol. Em relação ao treinador esportivo, foi encontrado o mesmo direcionamento, em específico para o futebol masculino profissional.

Sobre o discurso midiático a respeito dos treinadores, constatou-se que os jornalistas veicularam ideias orientadas para a avaliação de desempenho, a caracterização de perfil e para a formação de opinião sobre a competência ou incompetência profissional dos treinadores, estabeleceram um processo de construção de representações dos treinadores. Assim, no material analisado, os treinadores foram representados pela mídia como capaz/incapaz, certo/errado, conservador/revolucionário, competente/incompetente. O treinador de futebol, por se tornar uma pessoa pública, com exposição diária, tem seu trabalho constantemente avaliado e questionado pela mídia.

Pequena parte das notícias foi direcionada para questões relacionadas à carreira de treinador, como a valorização da formação, a ascensão na carreira e a alta rotatividade em clubes. Como agência formadora de opinião de leitores, a mídia esportiva influencia a estabilidade profissional dos treinadores. Diante da pouca reflexão e profundidade das produções midiáticas, essa relação torna-se uma ameaça, portanto preocupante para os profissionais da área. Embora ainda com pouco espaço, a inserção de temáticas dessa natureza na mídia pode ser avaliada como positiva, já que fomenta discussões importantes no âmbito da formação acadêmica, capacitação e atuação profissional em educação física.

## Financiamento

O presente trabalho não contou com apoio financeiro de qualquer natureza.

## Conflitos de interesse

Os autores declaram não haver conflitos de interesse.

## Referências

- Akstein D, Amstaiden F, Santos F, et al. *Craques no Microfone: o futebol, a mídia e os ex-jogadores*. Campinas: PUC; 2003.
- Associação Nacional de Jornais. Maiores jornais do Brasil. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil>> Acesso em: 03 de agosto de 2015.
- Bardin L. *Análise de conteúdo*. 6 ed. Lisboa: Edições 70; 2011.
- Betti M. *Esporte na mídia ou esporte da mídia? Motrivivência*, Florianópolis, Ano XII 2001:107–11, n. 17.
- Betti M. *A janela de vidro: esporte, televisão e educação física*. 5ª ed. Campinas: Papirus; 2010.
- Bonin APC, Maoski D, Capraro AM, Mezzadri FM. *A transmissão radiofônica de jogos de futebol: a incoerente gratuidade de um espetáculo esportivo?* Revista Brasileira de Ciências do Esporte 2016:186–93, v.38, n.2.
- Bourdieu P. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; 1997.
- Bourdieu P. *Questões de sociologia*. 2ª ed. Lisboa: Fim de Século; 2003.
- Creswell JW. *Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens*. 3ª ed. Porto alegre: Penso; 2014.
- Drigo AJ, Neto SS, Cesana J, Tojal JBAG, Drigo AJ. *Artes marciais, formação profissional e escolas de ofício: Análise documental do judô brasileiro*. Motricidade 2011:49–62, v.7, n. 4.
- Eco U. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; 1993.
- Egerland EM, Nascimento JV, Both J. *Nível de associação entre a importância atribuída e a competência percebida de treinadores esportivos*. Pensar a Prática, 2009:1–13, v. 12, n. 3.
- Fernandes JCP, Moura DL, Antunes MM, Lima RL. *Uma análise do perfil dos treinadores ex-atletas do futebol profissional brasileiro*. Esporte e Sociedade, 2013, ano 8, n. 22.
- Gastaldo E. *Uma arquibancada eletrônica: reflexões sobre futebol, mídia e sociabilidade no Brasil*. Campos 2005:113–23, v. 6, n. 1.
- Gastaldo E. *Comunicação e esporte: explorando encruzilhadas, saltando cercas*. Comunicação, mídia e consumo, 2011:39–51, v.8, n.21.
- Guerra MO. *O que está em jogo no jogo? Reflexões sobre a transformação do futebol em um grande negócio*. Comunicação, mídia e consumo, 2011:53–65, v.8, n.21.
- Lüdke M, André Meda. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. 2 ed. São Paulo: EPU; 2013.
- Machado AA. *A imagem dos treinadores de futebol na perspectiva dos jornalistas*. Pulsar, Jundiá 2010, v. 2, n. 2.
- Melo JM, Assis F. *Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório*. Revista Brasileira de Ciências da Computação, São Paulo 2016:39–56, v.39, n.1.
- Melo JM. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. 3ª ed. Campos de Jordão: Editora Mantiqueira; 2003.
- O Globo. *Calendário esportivo de 2015*. Disponível em: <<http://infograficos.oglobo.globo.com/esportes/calendario-esportivo2015.html>>. Acesso em: 10 de agosto de 2015.
- Pereira JC. *O perfil do treinador de futebol para o século XXI*. Rio de Janeiro: Autografia; 2015.
- Pires GL. *A pesquisa em educação física e mídia*. Movimento, Porto Alegre 2003:09–22, v. 9, n. 1.
- Sanfelice GR. *Campo midiático e campo esportivo: suas relações e construções simbólicas*. Revista Brasileira de Ciências do Esporte 2010, v. 31, n. 2.
- Santaella L. *A cultura das mídias*. São Paulo: Experimento; 1996.
- Silva RNB, Talamonini GA, Junior ACT, et al. *Futebol e a construção da imagem de treinadores pela mídia: um estudo a partir das notícias de um site de grande visitação na web*. Revista Brasileira de Ciências do Esporte 2014:648–55, v. 36, n. 3.