

AS INFLUÊNCIAS DA MÍDIA, FAMA E DINHEIRO NA VIDA DE UM JOVEM ATLETA: UM ESTUDO DE CASO

Guilherme Bagni¹, Marcelo Callegari Zanetti², Afonso Antonio Machado³,
Eric Matheus Rocha Lima¹

RESUMO

Mídia, fama e dinheiro influenciam jovens atletas a todo o momento, desde o engajamento destes no meio esportivo. Para alguns deles, estas questões podem ser muito positivas, ajudando-os a alavancar uma carreira de sucesso, que juntamente com um bom relacionamento com a mídia e uma imagem positiva, podem gerar fama e alto retorno financeiro. Para outros atletas, essas mesmas questões podem prejudicar a sua carreira esportiva, resultando em dificuldades financeiras, principalmente após a aposentadoria do atleta. Para abordar e discutir essas questões, foi realizada uma pesquisa de formato descritivo por meio de um questionário aberto, contendo 10 questões relativas à perspectiva futura de manejo dos aspectos relacionados à mídia, dinheiro e fama. Na busca por atender os objetivos do trabalho, optou-se pelo estudo de caso com um atleta da modalidade basquete masculino, com idade de 13 anos, pertencente à categoria mirim de uma equipe da cidade de Rio Claro. Apesar dessa situação não ser a realidade do atleta pesquisado atualmente. Notou-se que essas questões realmente interferem na vida do jovem atleta e por isso devem ser trabalhadas intensamente desde as categorias de base por profissionais capacitados.

Palavras-chave: Basquete, psicologia do esporte, transição de carreira, desenvolvimento humano, tecnologias.

MEDIA INFLUENCE, FAME AND MONEY IN A YOUNG ATHLET: A STUDY CASE

ABSTRACT

Media, fame e Money influences Young athletes every moment, since their engagement on the sports. For couple of them, these questions can be very positive, helping them to make a successful career, which with a good connection with the media and a positive image, could engender fame and money. For other athletes, this same questions can prejudiced their sports career, resulting in financial difficult, principlally after the retirement of the athlete. To accost and discuss these questions, there was a research in a descriptive format by an open questioner, including 10 questions relative to the objectives of the work, we choose by the study of case with a masculine basketball athlete, with 13 years old, belongs to the small category of one team of Rio Claro city. Despite that situation is not the reality now of the athlete which was researched. We observed that these questions really interfere on the life of young athlete and because of this it should make worked intensely since base categories with enabled professionals.

Keywords: Basketball, psychology of sports; career transition, human development, technology.

INTRODUÇÃO

Mídia, fama e dinheiro fazem parte do sonho de muitas crianças e adolescentes que se engajam no mundo esportivo almejando se tornarem atletas profissionais. Eles vislumbram ganhar rapidamente grandes quantias de dinheiro, ser muito reconhecido pela mídia esportiva, ter um grande número de admiradores, obter um rápido sucesso na modalidade esportiva que praticam, tendo seu nome reconhecido na história dela, dentre outros.

Entretanto, ao se depararem com questões de status, administração do dinheiro e relacionamento com a imprensa esportiva, estes mesmos futuros atletas demonstram inúmeras

dificuldades. A administração do dinheiro é, muitas vezes, realizada de maneira incorreta, sem a inclusão de uma perspectiva futura. O relacionamento com a imprensa é conflituoso, especialmente nos momentos de derrota e de falta de habilidade do atleta em se expressar conforme ele deseja.

Desde modo, a mídia que era vista como alavanca para o sucesso passa a ser uma inimiga feroz e responsável pelos fracassos. A fama se torna apenas um pesadelo sem fim. Por que aspectos tão almejados tornam-se fruto de tanta frustração?

A mídia influencia os jogadores e os torcedores das modalidades esportivas. É ela quem cria as polêmicas, por exemplo através da repetição de uma notícia, fazendo com que esta seja mais ou menos debatida (MACHADO, 2009, p.166), de acordo com o interesse midiático. Isso fica claro em qualquer segmento da mídia esportiva, principalmente nos debates que, apesar de geralmente focarem no futebol, passam às vezes um programa inteiro debatendo sobre determinado fato, mesmo que outros fatos importantes tenham ocorrido.

O posicionamento da mídia em relação aos temas e pessoas é altamente mutável. A mesma mídia que um dia eleva um jogador em nível de craque, no outro dia o critica. Ela consegue levar o atleta ao Olimpo e ao inferno em uma única aparição, de acordo com o desempenho deste e de seu relacionamento com ela (MACHADO, 2009, p. 172).

Ela pode influenciar atletas de forma positiva e negativa, assim como ela pode surgir com exemplos negativos de modelos de condutas antidesportivas e negativas é através da mídia que ídolos e esportes surgem e são consagrados (NETO, 2008, p.28). Pode-se perceber através dessa informação que, ao mesmo tempo a mídia influencia os torcedores e os atletas, especialmente os jovens que estão iniciando à sua carreira esportiva, já que ocorre uma influência direta dos meios de comunicação sobre o aprendizado dos atletas mais jovens (MACHADO, 2009, p. 168).

A expansão e a modernização dos meios de comunicação exercem um papel fundamental nas relações humanas, transformando seus hábitos, atitudes e essencialmente seus relacionamentos pessoais (MACHADO, 2009, p.165). Com o desenvolvimento da tecnologia e das novas mídias, a exposição de atletas ficou cada vez maior e isso ressalta cada vez mais o esporte que eles representam, assim, as pessoas terão o direito de aceitá-lo e copiá-lo, transferindo as ações do mundo dos esportes para o seu cotidiano (NETO, 2008, p.28).

Portanto, a população tem que ter discernimento ao observar os atletas, aceitando ou não a imagem transmitida pela mídia. Ao se observar os jogadores profissionais expostos pela mídia, busca observar-se o caráter e suas atitudes e, dependendo o seu comportamento, crianças e adolescentes tendem a imitá-lo e a consagrar suas atitudes (NETO, 2008, p.28). Um exemplo dessa situação são as crianças e adolescentes que imitam o corte de cabelo e o penteado de alguns jogadores, como o de Anderson Varejão. No caso específico desse atleta, essa questão abrange uma faixa etária maior, incluindo os adultos, pois existe um dia específico em que todos os torcedores do Cleveland Cavaliers vão ao jogo do time utilizando uma peruca para ao mesmo tempo imitá-lo e homenageá-lo, já que ele possui um corte de cabelo diferente.

A mídia valoriza o esporte por ele possuir uma linguagem universal e apresentar uma espécie de estética que se amolda perfeitamente a ela (PILATTI e VLASTUIN, 2004). O esporte-espetáculo surge em um contexto capitalista de uma relação muito forte entre mídia e dinheiro.

A ação da mídia especializada e as oportunidades criadas por um mercado publicitário em expansão certamente contribuíram para revolucionar o universo do esporte contemporâneo, particularmente em virtude da relação que se estabeleceu entre o esporte-espetáculo, a televisão e o marketing esportivo (PRONI, 1998, p.75).

Devido a essa relação íntima, a mídia determina o esporte que terá maior exposição, para que atinja o maior número de pessoas e com isso a mídia se beneficiará com investimentos e lucros gerados por esse esporte (NETO, 2008, p.29). Isso se torna notável com as mudanças de horário de eventos esportivos, para que os mesmos possam ser transmitidos em tempo real pela televisão. Outro exemplo, é a escolha da mídia de um grupo seleto de esportes para ser transmitidos durante competições como os Jogos Pan-Americanos e as Olimpíadas. Com isso, fica evidente o poder de interferência da mídia no meio esportivo (MACHADO, 2009, p.166).

Justamente por causa dos fatores anteriormente explicitados, não se pode estudar e analisar o fenômeno esportivo sem considerar a influência dos meios de comunicação de massa na produção desse espetáculo (RUBIO, 2002).

A fama é mais um fator que influencia os atletas. Com a fama, muitos deles destroem suas imagens, esse é o lado negativo da fama. Podemos tomar como exemplo o nadador Michael Phelps, maior recordista de ouro em uma única Olimpíada, que após envolver-se em alguns episódios com drogas, os quais foram amplamente divulgados pela mídia, perdeu grande parte dos patrocínios e a imagem de grande atleta foi manchada.

Essa situação não é incomum, estando presente em praticamente todos os esportes. O golfista Tiger Woods envolveu-se em episódios com relacionamentos paralelos à seu casamento e perdeu a maior parte de seus patrocinadores, mesmo sendo considerado um dos maiores golfistas de todos os tempos, perdendo grande parte de seus patrocínios e tendo que ficar um tempo afastado do esporte.

Por outro lado, como aspecto positivo, alguns atletas são inteligentes, ou bem orientados, e aproveitam a fama para poderem lucrar mais. Como exemplo atual, o jovem jogador de futebol Neymar, aproveita o seu bom rendimento em campo e a fama derivada deste, para fazer vários comerciais e conquistar novos patrocinadores.

O fato de o atleta aproveitar a fama para lucrar mais foi considerado um aspecto positivo, já que os atletas têm uma carreira curta e devem se beneficiar o máximo que puderem com a sua imagem enquanto estão atuando, já que normalmente os atletas têm um futuro incerto, principalmente se não tiverem a aposentadoria esportiva planejada. É essencial a valorização da imagem do atleta.

A imagem positiva de atletas também se constrói por intermédio de alguma estratégia de marketing pessoal, por exemplo, doações a asilos ou hospitais, visita às alas pediátricas de hospitais ou a campos de guerra, contribuições financeiras a instituições de assistência médico-social e creches, sempre acompanhados pela imprensa, que irá desenvolver aquela cena e desdobrá-la em inúmeras outras, de modo a garantir o registro daquele momento de solidariedade e altruísmo(MACHADO, 2009, p.170).

Deve acontecer um equilíbrio entre escola e treinamento. As rotinas diárias, as relações sociais e o investimento necessário são aspectos que devem ser levados em conta no planejamento do atleta desde jovem (MARQUES, 2008, p.40). Isso acaba não acontecendo nos dias de hoje, nos quais os atletas pensam na escola, principalmente em uma formação universitária, somente quando se aposentam e, então, pode já ser tarde, pois o mercado não fica os fica esperando.

Os jogadores ao se tornarem celebridades muito jovens e, na maioria das vezes, sem preparação, não sabem lidar com esta situação. Com a fama, suas rotinas são quebradas e algumas dificuldades são encontradas. No planejamento da carreira, as mais comuns são relativas às restrições, aos relacionamentos sociais (sair com os amigos, namorar, ir a festas), à organização do tempo e das rotinas diárias (WYLLEMANN *et al.*, apud MARQUES 2008, p. 41).

Atualmente o basquete brasileiro vem em uma ascendente, envolvendo um número alto de cifras. Pode-se notar isso com a vinda do jogador Leandro, enquanto os jogadores da NBA, a Liga de Basquete dos Estados Unidos, estão em greve. Isso influencia os jogadores, pois muitos não tiveram uma boa formação e são muito novos, não conseguindo "guardar" dinheiro e não pensando nos problemas futuros que isso pode acarretar.

Sem orientação, os atletas gastam dinheiro com coisas fúteis e prejudicam a própria imagem, já que estão sendo analisados o tempo todo pela mídia e por seus admiradores. Os admiradores podem até não se importar com algumas situações, mas a mídia não terá esse olhar, já que as polêmicas fazem parte importante de suas notícias, pois é através delas que a mídia consegue audiência.

O atleta profissional do esporte contemporâneo tem sido, graças ao poder e influência que os meios de comunicação de massa têm sobre o espetáculo esportivo, tratado e reconhecido como personalidade pública, ídolo, herói e ideal de

ego de grande parte da juventude e dos adultos, porque à sua figura estão associados o sucesso, a fama e uma vida vitoriosa, valores cultivados e desejados pela sociedade atual. No entanto, como retrato fiel da pós-modernidade, essas entidades fulgurantes têm seu brilho alimentado por um período de no máximo 20 anos para depois experimentar a dureza do esquecimento, ainda que poucos consigam chegar a esse estágio com reservas financeiras suficientes para seu sustento e das próximas gerações (RUBIO, 2002).

Os atletas que terão destaque no contexto esportivo são aqueles que apresentarem desempenhos vitoriosos (BALBINO, WINTERSTEIN, 2008, p.587), isso é abordado por MURPHY (apud MARQUES, 2008, p. 41), que diz respeito ao corte ou dispensa de jovens atletas. Ele cita as altas expectativas de jovens americanos com relação à profissionalização no esporte e o limitado número de atletas que chegam a atingir tal estágio, portanto as chances de profissionalização e ganho socioeconômico são muito pequenas e, não havendo suporte psicológico e um acompanhamento escolar e ocupacional, a possibilidade de conflitos emocionais e desajuste social é muito alta (MARQUES, 2008, p. 41), podendo ocorrer frustração por parte do atleta e pressão por parte da família para a definição do atleta sobre seu futuro.

Na medida em que o atleta não consegue êxito em sua carreira esportiva, ele acaba sendo obrigado a escolher uma nova profissão, o que é uma situação difícil, já que muitas vezes o indivíduo baseou toda a sua vida no seu futuro como atleta, sem se preocupar em uma formação que permita seu desempenho em uma função ou profissão diferente que a de atleta. Estudiosos da transição de carreira apontam para esta problemática, o que tem feito um grande número de empresários se apossar dos contratos e passes de atletas, justamente pensando nessa situação, de modo antecipado.

A mídia enfatiza o esporte como uma grande fonte de lucro, através de seu discurso que, em geral, propõe uma concepção hegemônica de esporte: esforço, busca da vitória, disciplina, dinheiro (BETTI, 2002, p.107-111). Nem sempre é assim, é necessário que ocorra um discernimento por parte do atleta, principalmente o jovem, de aproximar essa situação o mais próximo possível da sua realidade.

Os jovens atletas devem ter direito a uma boa escolarização, não se concentrando somente no esporte, já que esta dificuldade de administrar os estudos juntamente com o esporte pode trazer consequências futuras bastante limitadoras ao da carreira esportiva (MARQUES, 2008, p.35).

Devido a esses fatores, surgiram algumas empresas de administração da carreira e da imagem dos jogadores e atletas de várias modalidades esportivas, incluindo o Basquete. Possivelmente essas empresas terão grande sucesso devido à incapacidade ou despreparo de alguns jogadores e pessoas que os auxiliam de usarem a fama e a mídia em seu favor, obtendo assim, mais dinheiro, que, bem administrado, poderá trazer como uma das consequências um futuro econômico melhor.

Diante disso, esta pesquisa tem como objetivo analisar como um jovem atleta se sente em relação à mídia, a fama e o dinheiro, três fatores psicológicos externo que interferem diretamente nas modalidades esportivas.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foi realizada uma pesquisa de formato descritivo por meio de um questionário aberto, contendo 10 questões relativas à perspectiva futura de manejo dos aspectos relacionados à mídia, dinheiro e fama. Buscando atender os objetivos do trabalho optou-se pelo estudo de caso com um atleta da modalidade basquete masculino, com tempo de prática no basquete de 3 anos, idade de 13 anos, pertencente à categoria mirim de uma equipe da cidade de Rio Claro.

RESULTADOS

Como principais resultados, percebe-se a perspectiva de uma convivência harmoniosa do atleta pesquisado com a fama e a mídia. Também notou-se a opção deste pela aposentadoria na faixa dos 35 a 40 anos, acompanhada de uma formação superior e estabilidade financeira e profissional no encerramento da carreira. Apesar desta possibilidade de atuação proposta, o atleta pesquisado almeja o aproveitamento desta modalidade apenas como forma de lazer, mas mesmo que o objetivo não seja seguir uma carreira esportiva profissional, deve se planejar o tempo e as demandas da carreira esportiva amadora com o desenvolvimento de uma carreira não-esportiva (MARQUES, 2008, p.40).

Ao ser questionado sobre como lidaria com a fama, o atleta respondeu que sua vida seria agitada, com muitos compromissos e obrigações, situação muito diversa de sua vida atual. Entretanto, mesmo com esta significativa mudança, ele se vê preparado para lidar com a fama, apesar de não saber como seria a fama para ele.

Atualmente, apesar de se sentir preparado para lidar com a fama, o atleta não sente o mesmo em relação a imprensa. Ele acredita que sua relação com a mídia esportiva, se famoso, seria de respeito. Entretanto, ele não gostaria de ser perseguido. Em relação à exposição da vida do atleta nas mídias, ele respondeu que gostaria que seu trabalho fosse exposto, mas sua vida social não.

Se ganhasse muito dinheiro com o basquete, o atleta diz que investiria em algo que futuramente lhe geraria lucro. Ele, porém, não se sente preparado para administrar o dinheiro ganho com o basquete, pois ele relata que se tivesse muito dinheiro na mão de “uma hora para outra”, gastaria com coisas desnecessárias.

Questionado se ser famoso é o mais importante para ele no basquete, ele respondeu que não. Hoje em dia, o atleta trata o basquete apenas uma atividade física e não pretende se profissionalizar.

CONCLUSÃO

Os resultados obtidos nos sugerem que as questões da mídia, fama e dinheiro são pouco trabalhadas nas categorias de base. Apesar de o atleta ser da categoria mirim, tendo somente 13 anos, essas são questões que ficam pertinentes cada vez mais cedo na vida dos atletas atualmente e estimular precocemente a reflexão de questões inerentes ao esporte de alto rendimento como mídia, fama e dinheiro pode facilitar o manejo destas variáveis no futuro.

Essas questões poderiam ser melhor trabalhadas com a presença de profissionais capacitados para o ensino de como lidar com elas, um dos exemplos é a mídia-training, que ocorre nos grandes clubes do Brasil, porém os outros itens, como o dinheiro, não pode ser deixado somente nas mãos dos empresários, o atleta deve ter participação ativa em tudo isso, afinal a carreira é dele.

Apontamos, novamente, que este tipo de situação já é vivenciada em países europeus e é bem resolvida, uma vez que empresários ou agências se responsabilizam pela visibilidade e desempenho atlético, que sugere a formação, o engajamento e a transição de carreira, de modo equilibrado e adequado.

REFERÊNCIAS

BALBINO, H. F., WINTERSTEIN, P. J. **A atuação de técnicos de seleções nacionais de modalidades coletivas: elementos indicadores para um estudo sobre excelência no esporte.** Conexões, v. 6, p. 585-595, 2008.

BETTI, M. Esporte na mídia ou esporte da mídia. **Motrivivência**, Florianópolis, v. 12, n. 17, p. 107-111. 2002.

MACHADO, A. A. Mídia e Esporte: Canais de Interferências Psicológicas. In: BRANDÃO, M. R. F.; _____. **Coleção Psicologia do Esporte e do Exercício - Aspectos Psicológicos do Rendimento Esportivo**. São Paulo: Atheneu, v.2 p.165-187, 2009.

MARQUES, M. P. **Análise da transição da carreira esportiva de atletas de futebol da fase amadora para a fase profissional**. Dissertação, Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Belo Horizonte, 103 p. 2008.

NETO, L. C. P. B. **Estudo do caso de abandono esportivo na modalidade de basquetebol**. Rio Claro: 2008

PILATTI, L. A.; VLASTUIN, J. Esporte e mídia: projeção de cenários futuros para a programação regional e global. **Lectures Educación Física y Deportes**, Buenos Aires, n. 79, 2004. Disponível em: <[http://www.efdeportes.com/revista digital](http://www.efdeportes.com/revista%20digital)>. Acesso em 22 jun. 2011.

PRONI, M. W. **Esporte-Espetáculo e Futebol-Empresa**. Campinas: FEF/ Unicamp, 1998, Tese de doutorado.

RUBIO, K. O trabalho do atleta e a produção do espetáculo esportivo. **Scripta Nova, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, Universidad de Barcelona, Vol. VI, nº 119 (95), 2002. [ISSN: 1138-9788] <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn119-95.htm>

¹ Laboratório de Estudos e Pesquisas em Psicologia do Esporte - LEPESPE/I.B./UNESP – Rio Claro.

² UNIP – Campus de São José do Rio Pardo.

Laboratório de Estudos e Pesquisas em Psicologia do Esporte - LEPESPE/I.B./UNESP – Rio Claro.

³ Universidade Estadual de São Paulo – UNESP – Rio Claro / I.B./ D.E.F.

Laboratório de Estudos e Pesquisas em Psicologia do Esporte - LEPESPE/I.B./UNESP – Rio Claro.

Rua 5, 3.399
Jardim Portugal, Rio Claro/SP
13504-110