

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA**

TESE DE DOUTORADO

**A EDUCAÇÃO FÍSICA E O DISCURSO MUDIÁTICO:
abordagem crítico-emancipatória em pesquisa-ação
no ensino de graduação. Subsídios para a Saúde?**

Giovani De Lorenzi Pires

Campinas/SP
2.000

Giovani De Lorenzi Pires

UNICAMP
BIBLIOTECA CENTRAL
SEÇÃO CIRCULANTE

**A EDUCAÇÃO FÍSICA E O DISCURSO MUDIÁTICO:
abordagem crítico-emancipatória em pesquisa-ação
no ensino de graduação. Subsídios para a Saúde?**

Tese de doutorado apresentada ao
Programa de Pós Graduação em Educação Física
(área de concentração: Ciências do Esporte)
da Faculdade de Educação Física da
Universidade Estadual de Campinas
Orientador: Prof. Dr. Aguinaldo Gonçalves

475077008

Campinas/SP
2.000



N.º CHAMADA:	
77 UNICAMP	
P665e	
V.	Ex.
TOMBO BC/ 44703	
PROC. 16-392107	
C	D
PREC. R\$ 11,00	
DATA 14/06/07	
N.º CPD	

CM00157643-5

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA-FEF-UNICAMP

~~L665e~~
 P665e Pires, Giovani De Lorenzi
 A Educação Física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória em pesquisa-ação no ensino de graduação / Giovani de Lorenzi Pires. - - Campinas, SP : [s.n.], 2000.

Orientador: Aguinaldo Gonçalves
 Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física

1. Educação Física. 2. Esporte. 3. Comunicação de massa. 4. Saúde. 5. Formação profissional. 6. Teoria crítica. 7. Indústria cultural. 8. Mediação. I. Gonçalves, Aguinaldo. II. Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física. III. Título.

TERMO DE APROVAÇÃO

**A EDUCAÇÃO FÍSICA E O DISCURSO MUDIÁTICO:
abordagem crítico-emancipatória em pesquisa-ação
no ensino de graduação. Subsídios para a Saúde?**

Este exemplar corresponde à redação final
da Tese de Doutorado em Educação Física,
área de concentração em Ciências do Esporte,
defendida na FEF/Unicamp em 21/02/2001,
por **Giovani De Lorenzi Pires**
e aprovada pela Comissão Examinadora formada
pelos professores Aguinaldo Gonçalves,
Elenor Kunz, Ídico Pelegrinotti,
Mauro Betti e Pedro L. Goergen.



Prof. Dr. Aguinaldo Gonçalves
(Orientador)

Campinas/SP - 2.000

Diálogo sobre o que é o Esclarecimento

Congressista:

- ***Então, diante da compreensão relatada por vocês, quanto a todo este jogo de interesses que regula o espetáculo esportivo na mídia, deixou de ser um prazer assisti-lo na televisão...???***

Apresentadora:

- ***Pelo contrário; há agora outro prazer em acompanhar um jogo na televisão: é o prazer de não mais se sentir enganada, de saber o significado do ato de abaixar para amarrar as chuteiras na beira do campo e do 'close' da TV, que vai lá, em cima, mostrando a marca comercial...!!!***

Reconstrução livre de diálogo entre professor participante do GTT 3 do XI CONBRACE e acadêmica apresentadora do estudo "*Figueirense x Avaí: o Clássico do Século*", resultante da pesquisa de campo desta tese.

Agradecimentos

Sinceramente, aos co-autores de parte significativa deste estudo:
Ana Paula, Ane, Gaúcho, Charles, Fábio, Grazi, Laila, Madla, Marcelo, Márcia, Michele, Renata, Roger, Sara (mais João Marcelo e Xico),
 acadêmicos e licenciados em Educação Física da UFSC e da UDESC,
 que compartilharam comigo da aventura de estudar a mídia esportiva.

Ao orientador e amigo **Aguinaldo Gonçalves**, um intelectual que sabe o significado da palavra "inclusão", pela oportunidade e pela confiança irrestrita.

Ao companheiro professor **Elenor Kunz**, profissional generoso que tem influenciado decisivamente na minha formação profissional.

Aos professores **Pedro L. Goergen e Ídico (Deco) Pelegrinotti**, pelas contribuições ao longo do curso e pelos apontamentos no exame de qualificação.

Aos professores **Mauro Betti, Jocimar Daólio e Vicente Molina Neto**, que aceitaram o convite a se somarem aos citados, para exame final desta tese de doutorado

Aos colegas dos dois grupos de estudos de que faço parte:
GSCAF/FEF/Unicamp, pela acolhida e todas as atenções;
NEPEF/CDS/UFSC, pelo incentivo e compartilhamento de utopias.

Aos participantes do **GTT 3/CBCE, cevmídia-L e Labjor/Unicamp**, partes relevantes do chamado currículo oculto.

Aos amigos **Maurício, Silvio, Andréa, Jocimar, Carminha, Yara**; em muitos momentos, minha família em Campinas.

De modo especial, aos companheiros da velha república "Sopa de Letra":
Laércio, Amauri, Giuliano, Sandoval, Chao e Edgard.
 Com vocês aprendi a dividir os momentos de insegurança e a multiplicar as horas de alegria.

Às instituições envolvidas:
FEF/Unicamp, pelo acolhimento;
DEF/CDS/UFSC, pela liberação;
CAPES/MEC, pela concessão do auxílio PICD.

Aos queridos **Sergei e Thyrsa**.
 Vocês fazem toda a diferença!

Resumo

A sociedade contemporânea registra a importância crescente dos meios de comunicação de massa na atribuição de sentidos aos discursos que influenciam na constituição de saberes/fazer do cotidiano social. Isso também ocorre em relação a cultura esportiva e de movimento, de onde são recolhidos e didaticamente transformados os conteúdos de ensino/aprendizagem da Educação Física. Assim, entende-se compromisso necessário e urgente da área o desenvolvimento de estratégias de interação com o campo midiático, na construção de conhecimentos e ações superadoras sobre exercício físico/esporte, em favor dos cidadãos sob sua responsabilidade pedagógica. Neste sentido, realizou-se estudo cujo marco teórico de referência baseia-se na aproximação exploratória entre a *Teoria Social Crítica* e a *Corrente Latinoamericana* da Sociologia da Comunicação, visando inicialmente: i) recolher fundamentos que possibilitem *compreender criticamente* o cenário produzido nas relações entre Educação Física e mídia esportiva na cultura contemporânea, e ii) reunir bases conceituais que subsidiem *intervenção de enfoque emancipatório* no âmbito da formação acadêmica. Com tais elementos, procedeu-se *pesquisa-ação* ambientada em disciplina optativa oferecida aos acadêmicos de Educação Física da UFSC. Para geração de dados, diversos recursos e procedimentos foram empregados: i) escala de opinião do tipo Likert; ii) diário de campo para registro das atividades de ensino/pesquisa; iii) entrevistas com os alunos; iv) eventos acadêmicos realizados como atividades didáticas da disciplina. *Análise de conteúdo* procedida nestes documentos, através de diálogo reconstrutivo entre a teoria revisitada e a realidade investigada, permite expressar as seguintes considerações e sugestões: i) adequação do marco teórico-metodológico de referência para análise da realidade e fundamentação de possíveis intervenções; ii) potencialidade da aproximação entre a Teoria Social Crítica e os estudos de recepção midiática para futuras investigações; iii) necessidade de que estratégias complementares de inserção curricular da temática na formação acadêmica sejam somadas ao formato disciplinar; iv) possibilidades de aplicação da proposta para abordagem de outros temas da Educação Física, igualmente influenciados pela mídia, como sua relação com o campo da saúde.

SUMÁRIO

Lista de Quadros	xvii
Introdução	01
- algumas definições conceituais.....	07
Capítulo 1: Exercício Físico e Cultura Esportiva: elementos para compreensão crítica da realidade produzida pela indústria midiática	19
1.1. A Sociedade da Informação no Planeta Mídia.....	19
1.2. Globalização da economia/mundialização da cultura	26
1.3. A Indústria Cultural: a cultura transformada em mercadoria.....	31
1.4. A Semiformação cultural, a contraparte da Indústria Cultural	40
1.5. Exercício Físico/Esporte e Mídia: transformações decorrentes do novo cenário.....	45
1.5.1. <i>O discurso midiático sobre exercício físico, saúde e estética</i>	49
1.5.2. <i>Esporte e mídia: do jogo ao telespetáculo</i>	52
1.5.3. <i>A televisão e a mediação tecnológica do esporte</i>	57
1.5.4. <i>Mediação tecnológica do tempo livre como substituição da experiência formativa</i>	60
1.6. Indústria Cultural e a (semi)Cultura Esportiva em detalhes: o futebol brasileiro.....	65
1.7. "Que fazer?" A pergunta teimosa... ..	73
Capítulo 2: O Esclarecimento como alternativa para formação do receptor-sujeito: pressupostos teórico-conceituais a uma intervenção crítico-emancipatória	77
2.1. Fundamentos teóricos da concepção crítico-emancipatória da Educação Física.....	78
2.2. O esclarecimento: revisitando ideais iluministas.....	86
2.2.1. <i>Razão, esclarecimento e mídia</i>	92
2.3. Dialética das mediações: a formação cultural do receptor-sujeito.....	95
2.3.1. <i>Os estudos de recepção</i>	100
2.3.2. <i>As múltiplas mediações da recepção</i>	104
2.4. A formação acadêmica como espaço/tempo de educação para a mídia.....	109
2.5. Articulando conceitos em busca de síntese provisória.....	115

Capítulo 3: A pesquisa de campo: relato/reflexão sobre possibilidades e limites da proposta teórico-metodológica pensada/desenvolvida	119
3.1. Procedimentos metodológicos.....	120
3.1.1. Objetivos e questões norteadoras da pesquisa.....	120
3.1.2. Natureza da investigação.....	121
3.1.3. Hipóteses de trabalho.....	124
3.1.4. Constituição do campo de pesquisa.....	125
3.1.5. População e amostra.....	126
3.1.6. Coleta e registro dos dados.....	127
3.1.7. Sistematização e discussão dos resultados.....	129
3.2. Algumas reflexões a partir de relatos sobre a realidade investigada.....	131
3.2.1. Caracterização inicial da turma: considerações acerca de sondagem de opinião	132
3.2.2. Leituras sobre a intervenção: reflexões a partir de apontamentos do diário de campo....	143
3.2.2.1. As unidades temáticas	148
3.2.2.2. Os eventos-campo como alargamento didático dos limites do ensino.....	164
a) <i>mesa-redonda: “esporte ‘na’ ou ‘da’ mídia ? ”</i>	165
b) <i>produção coletiva: texto “Figueirense x Avaí: o clássico do século”</i>	171
3.2.3. Evidências remetidas pelo campo: a percepção dos alunos	179
3.2.4. Expressões de referência como sínteses das manifestações do campo.	195
3.2.5. Explorando formas curriculares para abordagem da temática.....	207
Considerações Finais.....	211
Referências	221
Anexos	
Anexo 1: Justificativa e programa de ensino da disciplina-campo	III
Anexo 2: Protocolo da escala para sondagem de opinião dos alunos.....	IX
Anexo 3: Roteiro de questões para entrevistas com os alunos.....	XIII
Anexo 4: Registro de imagens da mesa-redonda	XV
Anexo 5: A produção coletiva: pesquisa realizada/socializada pela turma.....	XVII
Anexo 6: A análise da mídia... na mídia.....	XIX

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Mapa das Aulas I: quadro cronológico-temático das atividades de ensino...	145
Quadro 2 – Mapa das Aulas II: visão panorâmica dos âmbitos instituinte e instituído....	147
Quadro 3 – Síntese da transcrição das respostas dos alunos	180
Quadro 4 – Expressões de referência emergidas do Campo.....	196
Quadro 5 – Síntese das principais considerações e recomendações	213

INTRODUÇÃO:

“Os saberes de cada um se reconstruem na interlocução com os saberes dos demais, não no sentido de se conseguir uma média de opiniões, mas de superá-las na forma de saberes mais consensuais e consistentes”
(Mário Osório Marques, 1996)

A constituição do campo acadêmico e aplicado da Educação Física tem sido objeto de diferentes abordagens teóricas. Posições inconciliáveis como, por exemplo, as relativas a existência/necessidade ou não de estatuto científico próprio (e de respectivo objeto de estudo) são sobejamente conhecidas. De um lado, críticas são feitas quanto a ausência de um marco teórico referencial que a faça ciência, atribuindo a isso a falta de credibilidade do campo, tanto no espaço da sociedade civil organizada, quanto para o diálogo interdisciplinar acadêmico (Sérgio, 1989; Sérgio, 1996; Tani, 1996). Por outro, é sugerido que as diferentes tentativas de legitimação científica da Educação Física teriam-na levado a subsumir-se a áreas já assim consideradas, ocasionando a perda da sua autonomia pedagógica (Bracht, 1992; Soares, 1994; Bracht, 1999). Embora nesta discussão tenha havido, até aqui, flagrante predomínio de posições dualistas, devem ser registradas ainda posturas mais relativistas, que tanto defendem a pluralidade epistemológica quanto questionam a própria legitimidade da ciência moderna (Santin, 1995; Lovisolo, 1995, Lovisolo, 1996).

Tomando partido pela opção defendida por Bracht (1999), que entende a Educação Física como uma prática de intervenção pedagógica, portanto, social, compreende-se que, para além dos esforços a serem empreendidos no sentido da construção de teoria da e para a prática a partir do estabelecimento de disciplina-síntese que articule o “saber” e o “saber-fazer” necessários a sua

caracterização enquanto prática refletida, é fundamental que se recolha do cotidiano apontamentos do seu contexto histórico e cultural, a fim de produzir-se assim teoria viva, dinâmica, que tenha na perspectiva da permanente transformação seu elemento fundante. Isto significa dedicar especial atenção às diferentes instituições que, no interior da sociedade, são também produtoras de saberes e fazeres correspondentes àqueles conhecimentos e habilidades que são tradicionalmente sistematizados e tornados orientadores da prática pedagógica objetivada na Educação Física.

Neste caso, implica identificar e tematizar¹ discursos e práticas existentes em outras áreas ou campos de intervenção social a respeito de esporte, ginástica, dança, jogos e lutas, reconhecidamente os elementos clássicos da cultura de movimento² que são submetidos ao trato pedagógico pela Educação Física, a fim de que seja promovida necessária mediação entre os diferentes olhares que se atribuem aos mesmos objetos de estudo (Lovisol, 1995). Neste sentido, parece desejável que, ao lado dos conhecimentos científicos produzidos pelas ciências que contribuem para a compreensão/explicação do movimento humano, o currículo acadêmico dos cursos que formam profissionais de Educação Física contemple também as demandas sociais contemporâneas sobre os diversos elementos da cultura de movimento.

Isto não significa postular o rebaixamento do conteúdo científico da formação acadêmica ao âmbito do conhecimento sensível; tampouco pretende elevar as práticas sociais cotidianas à condição de ciência. Preconiza-se, tão somente, que seja da competência do profissional da área dispor de conhecimentos e habilidades que lhe permita promover sínteses articuladoras entre o cientificamente elaborado e o culturalmente construído, pois é nesta interlocução/reconstrução de saberes (Marques, 1996) que a legitimação social da Educação Física poderá acontecer.

¹ O sentido da expressão “tematizar” segue o proposto em GEAEF (1996), visando ressignificar pedagogicamente saberes/fazeres da cultura de movimento (ver nota 2), a fim de transformá-los em conteúdos didáticos das aulas de Educação Física.

² Adota-se aqui o conceito de *cultura de movimento* expresso por Kunz (1994), derivado da categoria *mundo vivido* (*Lebenswelt*), formulada por Habermas em seu conceito de modernidade societária e racionalidade comunicativa (que é melhor explicitada no tópico 2.1., Capítulo 2 deste estudo). Resumidamente, cultura de movimento é a “compreensão-do-mundo-pelo-agir” (Tamboer, citado por Kunz, 1994) ou o âmbito do “se-movimentar” (Kunz, 1991), enquanto espaço de ação e significação social do movimento humano.

Assim, é necessário identificar práticas sociais da cultura de movimento que se apresentem como passíveis de serem tematizadas pela Educação Física. Dentre elas, merecem destaque os saberes e fazeres que são conformados pelo discurso midiático sobre exercício físico e esporte, isto é, o conjunto de signos e sentidos (e a práticas deles demandadas) construídos no imaginário social através da sua inclusão no horizonte de intervenção dos meios de comunicação de massa. Na medida em que tais ações e atitudes se inserem na cultura cotidiana por influência das mensagens da mídia, determinando escolhas e opções que, inclusive, extrapolam o campo da cultura de movimento, o reconhecimento sobre as formas de produção destes discursos, sua intencionalidade e estratégias, pode representar, para o cidadão, primeiro passo para a construção de agir esclarecido e de cidadania emancipada (Demo, 1995)³ em relação a estas influências.

Esta competência, certamente, em muito depende da atuação, tanto no âmbito da escola quanto das demais áreas de inserção pedagógica, do profissional de Educação Física, que deve, ele próprio, também desenvolvê-la, como pressuposto para sua intervenção educativa (Carvalho; Hatje, 1996). A formação acadêmica, portanto, deve voltar-se para isso, incluindo em seus elementos curriculares oportunidades sistematizadas e estruturadas para a aprendizagem da leitura, análise e ressignificação do conteúdo do discurso midiático sobre aspectos da cultura de movimento e esportiva. Todavia, o que se percebe no presente momento direciona-se ainda em sentido oposto. Se o debate sobre a formação profissional em Educação Física tem propugnado a construção da identidade da área através da interação entre os conhecimentos específicos e as intervenções sociais do professor (Bássoli de Oliveira; DaCosta, 1999) e se, igualmente, a Comissão de Especialistas de Ensino da Educação Física da SESu/MEC (responsável pela elaboração de proposta de novas Diretrizes Curriculares para a Graduação na área) defende um graduado *“formado para esclarecer e intervir, profissional e academicamente no contexto específico e histórico-cultural, a partir de conhecimentos de natureza técnica, científica e sociocultural”* (Kunz et al., 1998), é possível perceber, no entanto, um lapso relevante entre intenção e realidade. Estudo realizado em universidade pública com ótimo conceito em avaliações

³ Muito apropriadamente, Pedro Demo diferencia *cidadania tutelada* ou *assistida* de *cidadania emancipada*, sugerindo ser aquela uma concessão do Estado burguês, enquanto esta, a *“conquista de competência para fazer-se sujeito, para fazer história própria e coletivamente organizada”* (1995, p.1)

institucionais demonstrou que a recepção à mídia esportiva por parte dos acadêmicos de Educação Física pouco se diferencia estatisticamente ao longo do curso, tomando-se como variável a condição de calouro, intermediário ou formando (Pires; Gonçalves; Padovani, 1999-a). Igualmente, não são significativas as diferenças de opinião dos acadêmicos da área quando comparados com universitários de outras dez graduações da mesma instituição (Pires; Gonçalves; Padovani, 1999-b). Embora não conclusiva, análise de conteúdo efetuada nestes dois estudos mostrou também não ser possível observar postura mais crítica frente ao conteúdo do discurso midiático sobre esporte por parte dos alunos concluintes do curso de Educação Física, seja em relação aos recém-ingressos e intermediários, seja quando comparados aos acadêmicos de outras áreas de formação, como seria de se esperar. Estes resultados parecem confirmar o que pode ser percebida na estrutura curricular da maioria das graduações em Educação Física, quanto à não inserção de temas relativos ao campo da mídia esportiva, contrariamente ao que ocorre com tópicos como Marketing, bastante difundido.

Em vista disso, justifica-se a realização deste estudo, no sentido de se verificar a viabilidade do desenvolvimento de experiência de ensino/pesquisa que implique na criação de espaço curricular apropriado, para instrumentalização da capacidade de análise do discurso midiático sobre exercício físico e esporte em acadêmicos de Educação Física, sistematizada na forma de disciplina optativa. Além disso, ainda que algumas delimitações quanto à abordagem do do objeto de pesquisa tenham sido aqui necessariamente procedidas, em vista das especificidades da temática da cultura esportiva, entende-se que os possíveis avanços e possibilidades que venham a ser revelados pelo presente estudo possam se constituir em subsídios para que outros enfoques sobre temáticas da Educação Física, igualmente sob influência da mídia, possam ser implementados. Esta parece ser a situação referente às formas pelas quais as relações entre exercício físico e promoção de saúde vêm sendo veiculadas e repercutidas pelos meios de comunicação de massa. Assim, pressupõe-se que, observadas certas condições próprias, o campo de estudos em saúde coletiva/atividade física possa apropriar-se de determinados aspectos do marco teórico-metodológico construído, para orientar suas reflexões sobre as influências exercidas pela mídia e as possibilidades de superá-las, no sentido do esclarecimento.

Na montagem da estrutura textual, optou-se por incluir, introdutoriamente, abordagem visando demonstrar a influência crescente dos meios de comunicação social na produção da cultura contemporânea. Um sem número de fatos colhidos do cotidiano poderiam ser referidos para ratificar tal importância. A própria forma pela qual, preferencialmente, se olharia para este cotidiano, através da janela de vidro – metáfora feliz com que Betti (1998-a), citando Hesling, aponta a televisão como principal meio de relação do cidadão com o mundo objetivado -, parece corroborar com tais evidências. Além disso, pesquisas no campo das Ciências da Comunicação vêm oferecendo explicações científicas para este fenômeno.

Desde os estudos precursores da Sociologia da Comunicação, interessados na compreensão dos chamados fenômenos de massa em substituição à noção de multidão (Cohn, 1973), até o presente processo de mundialização da cultura (Ortiz, 1995) ou dos padrões de consumo (Dreifuss, 1997), o poder exercido pelos meios de comunicação é sempre destacado. Nos primeiros, interessava identificar o alcance e a pertinência do conceito sociológico de “massa” relativo a coletividade heterogênea e indiferenciada, próxima ou distanciada, aplicadamente ao estudo das anunciadas sociedade e cultura de *massa*. Os então denominados *mass media* ou meios de comunicação de massa já eram apontados como fundamentais na produção e condução destes novos fenômenos. Mais recentemente, no contexto da economia globalizada, objetiva-se delinear o papel reservado a estes meios enquanto co-produtores da padronização e segmentação da cultura, com vistas à formação de mercado consumidor mundial.

Se considerarmos ainda que, já nos primórdios do desenvolvimento da sociedade burguesa, a imprensa passou a representar a esfera pública por excelência, como espaço de promoção de trocas de informações e formação da opinião pública (Habermas, 1984), pode-se então sugerir que o atual cenário talvez se constitua no, até aqui, mais avançado estágio de longo e crescente processo de dependência da cultura em relação aos meios técnicos, que permitem a expansão acelerada da informação.

Consequentemente, admitindo-se que exercício físico e esporte se incluem no vasto campo da cultura, entendida como espaço de interação social e de produção de significados para

formas simbólicas em contextos historicamente estruturados (Thompson, 1995), também se percebe sua estreita relação com a indústria midiática. Deste modo, identificar a gênese e a rede de influências do discurso midiático sobre o conjunto de saberes/fazeres relativos a atividades físicas e esportivas na atual conjuntura social e, em decorrência, apontar possibilidades de intervenção emancipatória da Educação Física, parece constituir-se em contribuição normativa para atuação esclarecida e esclarecedora dos profissionais desta área no âmbito da cultura contemporânea.

É, pois, com tal intenção que prossegue o estudo. Após esta breve introdução ao objeto de estudo e a estrutura do trabalho, seguem-se dois capítulos que explicitam o marco teórico-conceitual de referência: i) o primeiro visa promover compreensão crítica do cenário constituído pela interface entre exercício físico/esporte e meios de comunicação de massa, como o fenômeno da industrialização dos bens culturais, a partir da sua apropriação como mercadoria na cultura de consumo da sociedade globalizada. Ainda neste capítulo são apresentadas conseqüências daí advindas sobre a formação da semicultura; ii) no segundo, apontam-se elementos que visam fundamentar intervenção crítico-emancipatória na formação do profissional de Educação Física, na perspectiva do esclarecimento diante do discurso midiático sobre a cultura de movimento e esportiva. No terceiro capítulo, pesquisa de campo realizada junto a acadêmicos da graduação em Educação Física da UFSC, orientada na direção conceitual indicada pelos capítulos anteriores, é então relatada, visando oferecer pontos de reflexão sobre os avanços possíveis e os limites encontrados na sua realização. Aqui, a divisão em tópicos se faz necessária: i) inicialmente, descrevem-se e justificam-se os procedimentos operados no percurso metodológico trilhado; ii) na sequência, em texto que transita dialogicamente entre o relato das evidências oriundas da realidade investigada e as reflexões por elas provocadas, apoiadas no referencial teórico-metodológico, visa-se identificar avanços alcançados, possibilidades e limites percebidos .

Do ponto de vista da filiação teórico-filosófica, este estudo pretender inscrever-se no conjunto de iniciativas procedidas por pesquisadores que, distribuídos em várias instituições do país, vêm buscando resgatar o potencial emancipador da educação e a demonstrar a importância da Teoria Social Crítica para esta tarefa. De fato, pode-se verificar a organização de grupos e o

envolvimento de investigadores isolados com o compromisso pedagógico de, contrapondo-se a teorias educacionais que se nutrem do pensamento pós-estruturalista para decretar a morte da razão, tentar recuperar criticamente a crença nas possibilidades de esclarecimento anunciadas pelo projeto de Modernidade.

No interior da obra multifacetada dos teóricos críticos da Escola de Frankfurt, duas são as fontes principais de onde são recolhidos apontamentos conceituais que vêm servindo a este esforço de fundamentação de propostas educacionais voltadas à construção da autonomia. De um lado, destacam-se as produções que tomam por base os filósofos Theodor Adorno e Max Horkheimer, especialmente aquele primeiro, cujo eixo principal se refere à necessidade de desbarbarização da educação e da retomada da formação cultural no mundo administrado. A estas, somam-se trabalhos que, seguindo o próprio caminho percorrido pelo pensamento crítico frankfurtiano, buscam inspiração no seu principal representante na atualidade, Jürgen Habermas, e em sua teoria da racionalidade e do agir comunicativo.

Em consonância com este esforço coletivo, que pretende destacar o potencial pedagógico da Teoria Crítica, situa-se a concepção crítico-emancipatória da Educação Física, que serve de pano de fundo para este trabalho, fornecendo elementos para que seja pensada uma intervenção esclarecida/esclarecedora da área no e sobre o campo do discurso midiático quanto ao binômio esporte/exercício físico.

- Definições conceituais:

Os parágrafos anteriores contém várias expressões que demandam um esforço de esclarecimento quanto aos sentidos com que são utilizados no decorrer deste texto. Assim, assume-se como imprescindível primeiro momento dedicado à definição conceitual de alguns termos utilizados, a fim de facilitar o diálogo com a teoria, com a realidade apreendida e com o

leitor. Os conceitos representados por termos como mídia, discurso midiático, exercício físico/saúde, esporte e cultura esportiva devem ser explicitados para que se clarifiquem os argumentos e propostas contidas no estudo. Este espaço de introdução é, assim, utilizado para tal fim.

a) Mídia

Uma consulta ao dicionário informa que mídia é o conjunto dos meios de comunicação de massa e, ao mesmo tempo, cada um destes meios (Larousse Cultural, 1992). Derivado do inglês *mass media*, a expressão faz referência, por um lado, à introdução do conceito de *massa* na sociedade e cultura ocidentais na década de 40 e, por outro, ao sentido de intermediação entre os produtores e os consumidores finais da informação, situação que se impõe justamente pelo surgimento da noção de massa, e que é exercido pelos meios técnicos de divulgação, conforme Gabriel Cohn, em seu já clássico *Sociologia da Comunicação: teoria e prática* (1973).

Corroborando com esse entendimento, Beltrão e Quirino (1986) conceituam os meios de comunicação de massa como *“instrumentos ou aparelhos técnicos mediante os quais se difundem mensagens – pública, indireta e unilateralmente – a um público disperso, denominado audiência”* (p.117).

Estas definições, se tomadas literalmente, tendem a relacionar o termo mídia somente à idéia de veículos de comunicação de massa (rádio, jornal, revista, televisão), o que não é equivocado, porém não representa tudo que é referente a ela. Mergulhada no contexto econômico da cultura de consumo e regida pela ótica do mercado, mídia é também o conjunto de empresas (e cada uma delas) que produz e mercadoriza informação, entretenimento e publicidade, tripé sobre o qual, e de forma interligada, se fundam as suas ações e interesses (Featherstone, 1995).

Fenômeno mais recente é o surgimento de conglomerados de órgãos de mídia, a chamada indústria midiática, que resulta de dois processos viabilizados pelo avanço tecnológico e pela queda das barreiras de regulamentação destes serviços: expansão horizontalizada e integração

verticalizada (Moraes, 1997). O primeiro implica no surgimento de redes descentralizadas e regionalizadas de geração e/ou distribuição de material informacional, integrando os diferentes âmbitos de produção e os interesses local, regional, nacional e internacional. O segundo está relacionado à criação de empresas subsidiárias, ligadas entre si, que provêm as demandas das diversas etapas de produção/veiculação midiática, incluindo as específicas de cada um dos seus três segmentos anteriormente referidos: informação, entretenimento e publicidade.

Diante do processo de reorganização global do sistema capitalista, em que megafusões entre empresas de grande porte passam a exercer pressão competitiva no mercado produtor, a área da comunicação e informação também segue o exemplo, promovendo a associação de áreas de tecnologia e serviços complementares. É o caso da recente união estratégica entre a America On Line (AOL), maior provedora de acesso à Internet do mundo, e a gigante da área de entretenimento Time Warner, em um negócio estimado em mais de 150 bilhões de dólares.

b) Discurso midiático

As representações dos fenômenos sociais que são promovidas pelos grupos interessados em sua aceitação generalizada necessitam de uma linguagem própria, produzida através de mecanismos encarregados de construir signos e significações auto-referentes. Ainda com o objetivo de afastar possíveis subjetivações e relativismos à representação da realidade que deseja desta forma consolidar, a linguagem deve assumir a característica de discurso, isto é, precisa organizar todos os reflexos da realidade por ele objetivada e provê-los de sentido determinado. Assim, o discurso representa um caminho simbólico que serve para guiar as visões de mundo e perspectivas de interação social dos diferentes grupos alcançados pela ação enunciativa (Sodré, 1997).

Na sociedade contemporânea, a expansão dos aparatos tecnológicos faz da mídia a principal promotora de sentidos dos discursos destinados a promover o estabelecimento de compreensões socialmente mediadas a respeito de questões do cotidiano (Fischer, 1998). Diz-se,

inclusive, que o aumento da importância da mídia está justamente no fato de que, para além de veiculadora de discursos (e, assim, promotora de sentidos), ela passou a ser a própria produtora dos discursos, dado ao seu enlaçamento com as diferentes esferas do poder político e econômico (Rubim, 1994). Para tanto, os produtores do discurso midiático dispõem dos mais variados recursos de convencimento disponibilizados pela chamada sociedade da informação, integrando, por assim dizer, a lógica da sua argumentação semântica à sedução de imagens tecnologicamente criadas.

Deste modo, por discurso midiático pode-se entender a expressão característica da linguagem – imagética, auditiva e simbólica - dos meios de comunicação de massa, através da qual conseguem silenciar, publicizar ou recriar evidências, fatos ou expectativas que constituem a cotidianidade da cultura contemporânea, a partir da visão dos interesses ideológicos hegemônicos da sociedade.

Característica marcante do discurso midiático atual é a progressiva indissociabilidade entre as esferas da informação, do entretenimento e da publicidade. Isto faz com que a percepção da realidade mediada não mais distingua cada uma delas, atribuindo a tudo *status* semelhante. Um manto de pretensa seriedade e importância unifica os três âmbitos, produzindo um entendimento indiferenciado. Dessa forma, sob a lógica de que tudo na mídia é mercadoria e, portanto, consumível, elevam-se à condição de informação relevante aspectos relacionados à espetacularização da cultura de tempo livre e os apelos ao consumo indiscriminado de bens materiais e simbólicos.

c) Exercício Físico/Saúde

Os sucessivos progressos tecnológicos da sociedade industrial e pós-industrial, à medida em que vão sendo gradualmente incorporados à vida cotidiana, ainda que de forma desigual e iníqua, promovem também mudanças significativas nas atividades rotineiras do ser humano, inclusive com certa ambiguidade quanto aos seus resultados. Assim, conquistas sociais

importantes como, por exemplo, a popularização dos meios motorizados de transporte, à medida em que encurtam distâncias e reduzem o tempo e o esforço pessoal com deslocamentos, também contribuem significativamente para com o processo de sedentarização da população, ao lado de outros fatores relevantes, como a proliferação da oferta de ocupações passivas do tempo livre, estas oportunizadas, predominantemente, pelos meios de comunicação de massa.

Em conformidade com o ideário funcionalista, que desconsidera a multiplicidade de fatores intervenientes na relação saúde-doença na esfera do social - notadamente a estrutura de produção e o sistema de circulação, distribuição e consumo de bens na sociedade de classes - , as autoridades sanitárias dos países desenvolvidos têm classificado como agravos severos à saúde coletiva o conjunto de doenças crônico-degenerativas supostamente decorrentes destas novas condições da vida urbana, como a obesidade e as afecções do sistema cárdio-respiratório. Como auxiliar nos programas de prevenção e tratamento destas patologias, é sempre indicada a inclusão de formas controladas de exercícios físicos, em que pese ser controversa a possibilidade de, através da atividade física, agregar ganhos com vistas a aquisição, manutenção e recuperação da saúde, como demonstram estudos realizados em países da Europa e da América do Norte (citados por Gonçalves e colaboradores, 1997).

Paralelo a esta abordagem, que pretende estabelecer correlação positiva entre exercícios físicos e saúde, destaca-se ainda forte incentivo ou a promessa de que, através da prática de atividades físicas apropriadas, é possível obter-se um corpo condizente com as medidas padronizadas pelas receitas de beleza. Numa sociedade que se funda fortemente no valor da imagem, este apelo à estética constitui objetivo muito buscado e, logicamente, pouco conseguido, o que acaba por revelar-se outra grande contradição, pois a frustração decorrente das dificuldades em adequar-se ao padrão corporal social gera insatisfação e falta de aderência a programas de atividade física, enfim, um resultado bastante diverso daquele preconizado pela anunciada relação exercício físico/beleza/saúde. De todo o modo, inserido na ideologia consumista do modelo capitalista hegemônico - afinal, como diriam Monteiro e Gonçalves (1997, p.160) "*se o que importa é consumir atividade física, quanto mais pessoas a iniciarem, abandonarem e depois retornarem, melhor*" -, o incentivo aos exercícios físicos sob o argumento de sua relevância para uma vida

saudável parece se constituir no principal motor de ampla rede de oferta de produtos e serviços destinados a sua prática sistemática (Gonçalves; Monteiro; Matiello Jr., 1997).

É interessante ressaltar que a mercadorização deste complexo jogo de interesses difusos, legitimada por referenciais científicos nem sempre confiáveis, como demonstram Gonçalves e Pires (1999), encontra nos meios de comunicação de massa aliado de grande importância e bastante apropriado para sua divulgação. De fato, a afirmação da correlação entre exercício físico e saúde passa a integrar, de forma significativa, o discurso midiático, assim contribuindo para a construção de algumas “certezas” a respeito de sua eficiência, a despeito de evidências que, até mesmo no âmbito do senso comum, tem se verificando cotidianamente, como morte súbita de atletas, incremento do uso de substâncias tóxicas por esportistas e praticantes de exercício físico, lesões e processos degenerativos irreversíveis por supertreinamento, etc. (Gonçalves *et al.*, 1995).

d) Esporte

Reconhecido como principal fenômeno social do século, as tentativas de definição da origem e significado do termo esporte têm se valido dos mais diversos enfoques para melhor identificá-lo (Tubino, 1992). Todavia, parece ser no campo dos balizadores operacionais internos que os conceitos sobre esporte têm se detido com maior frequência. Alguns deles já são considerados clássicos na literatura esportiva brasileira, enquanto que outros parecem decorrer das novas possibilidades de interpretação social da realidade. Entre os primeiros, pode-se referir os estudos de Kunz (1991) e Bracht (1997). Com base nos estudos do GT Pedagogia do Esporte, na Alemanha, Kunz considera que é esporte aquela atividade de movimento humano na qual os princípios da “*sobrepujança*” e das “*comparações objetivas*” (p.109) sejam os determinantes na regulação das ações da atividade esportiva. Interpretação possível a partir deste conceito é de que só seria considerado esporte aquele recorte da cultura de movimento que se baseasse na competição, na perspectiva de sobrepor-se a algo (um índice) ou a alguém (adversário), e que fosse realizado em condições e possibilidades (regras) rigorosamente controladas.

Já Bracht, analisando a gênese do esporte moderno, considera estudo de Allen Guttmann⁴, para quem é possível identificar sete características básicas do esporte: 1) secularização; 2) igualdade de chances; 3) especialização de papéis; 4) racionalização; 5) burocratização; 6) quantificação; 7) busca de recordes. Segundo Bracht, apesar de este cenário aplicar-se mais à dimensão do esporte de alto rendimento ou espetáculo, sua influência sobre o âmbito do esporte como atividade de tempo livre é direta, vez que lhe serve de modelo e a ele fornece os sentidos e códigos para sua realização.

Em ambas as análises sobre a definição de esporte, é possível perceber a existência de critérios comuns, como o da competitividade e o da normatização rígida.

Inserindo dados novos nesta discussão, Betti (1998-b) sugere que, a partir do advento da espetacularização do esporte pela mídia, este “*passa a experimentar o fenômeno linguístico da polissemia*” (p.83), isto é, como existem mais coisas do que palavras para representá-las, as palavras vão adquirindo novos sentidos para explicar outros fenômenos. Na tentativa de simplificar o seu entendimento a fim de facilitar o consumo, a mídia estaria ampliando o conceito tradicional (ou restrito, cf. Kunz, 1994) e denominando como esporte, para além daquelas classicamente definidas como tal, um conjunto mais amplo de atividades da cultura de movimento, incluindo as ligadas à melhoria da condição física (*fitness*), na perspectiva estética e da saúde, as atividades de desafio, os esporte radicais e em contato com a natureza e outros. Além disso, ainda segundo Betti, da apropriação das atividades características da cultura esportiva pela indústria do entretenimento tecnologicamente mediado resultou que outras formas de vivência do movimento tornam-se também esporte. Neste sentido, passam a ser considerados pertinentes ao conceito polissêmico de *esporte* tanto a prática de “peladas no campinho”, na aula de Educação Física ou no treino na escolinha, quanto o futebol disputado no videogame, nos jogos de computador e a sua assistência pela televisão (Betti, 1998-b).

⁴ Sobretudo, a obra *From ritual to record: the nature of modern sports*, publicada pela Columbia University Press, sem tradução em português. O próprio Bracht alerta, todavia, que uma publicação de autoria de Ronaldo Helal (Sociologia do Esporte, editora Brasiliense, 1990) reproduz longos trechos do livro de Allen Guttmann.

Embora se reconheça os problemas que este alargamento conceitual pode gerar à compreensão sobre o fenômeno esporte, parece válido que sua polissemia seja considerada neste estudo para se fazer referência ao conjunto de atividades da cultura de movimento que é representado pelo discurso midiático sobre esporte, ou ainda, que venha a ser identificado como objeto da chamada mídia esportiva, parcela especializada dos meios de comunicação que produz e veicula o conteúdo do discurso esportivo na mídia.

Nos capítulos seguintes, o termo esporte virá muitas vezes adjetivado, ora por expressões como *esporte-espetáculo* ou *esporte de (alto) rendimento*, visando referir-se àquela manifestação que se impõe como integrante da cultura de consumo, ora por *esporte mediatizado* ou *esporte tecnologicamente* (ou ainda *eletronicamente*) *mediado*, quando relativo ao processo de sua difusão pelos meios de comunicação – cujo objeto central é o esporte-espetáculo, mas não apenas ele. Particularmente, este último aspecto (a mediação do esporte produzida pela mídia) é central na definição de um outro conceito, o de cultura esportiva, cujo objetivo seria o de representar a maneira como se dá, de forma majoritária, a atribuição simbólica de sentidos ao esporte, em todas as suas manifestações e influências sociais, como se explica a seguir.

e) Cultura esportiva

Para a construção do conceito de *cultura esportiva*, julga-se necessário revisitar o conceito de *cultura*, por entender que aquela (cultura esportiva) é parte integrante da cultura contemporânea, havendo entre ambas diversos traços de identidade comum, especialmente quanto à sua lógica de produção e de transmissão.

Grandes são as dificuldades, dado que são várias as abordagens utilizadas para definir cultura. Sem desconhecer a profusão de conceitos existentes, opta-se por acompanhar o raciocínio desenvolvido por Thompson (1995), fundamentado na Teoria Social Crítica, por entendê-lo coerente com os demais pressupostos conceituais do estudo, que se nutrem dessa mesma base teórica.

Segundo o autor, na metade deste século, o conceito descritivo de cultura, de tradição científico-evolucionista, foi dialeticamente superado por perspectiva orientada no pressuposto de que o uso e a atribuição de significado a símbolos é o principal traço distintivo do humano. Emerge, então, a concepção *simbólica* de cultura, posteriormente delineada por Clifford Geertz (1989), para quem,

“acreditando, com Max Weber, (que) o homem é um animal suspenso em teias de significados que ele mesmo teceu, entendendo a cultura como sendo estas teias, e sua análise, portanto, como sendo não uma ciência experimental em busca de leis, mas uma ciência interpretativa em busca de significados” (p.15).

Para Thompson, a concepção simbólica define cultura como o *“padrão de significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças”* (p.176). Entretanto, segundo o autor, toda a significação de formas simbólicas produzidas, transmitidas e apropriadas, acontece *“em contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados”* (p.181), os quais também devem ser objetivados na análise cultural para a interpretação dos significados das formas simbólicas. Neste sentido, defende Thompson uma concepção *estrutural*, que amplia a concepção simbólica definida por Geertz com a inclusão da dimensão sociohistórica da cultura.

Na esteira do percurso empreendido pelo conceito de cultura, promove-se uma tentativa de aproximação entre as três concepções antes referidas, objetivando a construção preliminar do conceito de cultura esportiva, que poderia, resumidamente, ser anunciada como o *conjunto de ações, valores e compreensões que representam o modo predominante de ser/estar na sociedade globalizada, em relação ao seu âmbito esportivo, cujos significados são simbolicamente incorporados através, principalmente, da mediação feita pela indústria da comunicação de massa.*

No esforço de refletir sobre esse conceito, cabe discuti-lo em suas partes constitutivas. Assim, toma-se a parte inicial - *conjunto de ações, valores e compreensões que representam o modo predominante de ser/estar na sociedade globalizada* - que busca relacionar a concepção descritiva de cultura ao seu aspecto estrutural-contextualizador. Com ela, pretende-se fazer

referência à tendência de universalização das diferentes manifestações a respeito do esporte, nas diversas formas ou dimensões. É possível que a padronização das regras esportivas em esfera mundial, por iniciativa do movimento olímpico internacional, seja responsável pelas semelhanças de ações práticas nos esportes, mas isto não consegue explicar, de maneira mais contundente, as coincidências de atitudes e comportamentos em relação ao esporte que se pode verificar entre espectadores no mundo inteiro, apesar da interferência de diferentes variáveis como região, país, faixa etária, etnia, gênero, etc.

Tais ações, valores e compreensões, ainda que se refiram ao âmbito esportivo, obviamente não se limitam a ele, pois determinam práticas humanas impossíveis de serem delimitadas e, principalmente, porque têm origem nos mesmos processos sociais, ideológicos e econômicos que conformam também outras maneiras de ser/estar-no-mundo, para além do campo específico do esporte, como uma das características da sociedade em processo de globalização, o que implica na mundialização da cultura.

A análise da segunda parte do conceito - *significação simbólica* (deste conjunto de ações, valores e compreensões no âmbito esportivo), *que é incorporada, predominantemente, através da mediação midiática* – refere-se à concepção simbólica de cultura. Se o processo de significação das formas simbólicas permite que se produzam interpretações a respeito das ações humanas, servindo de meio de expressão e comunicação entre os indivíduos, tal procedimento se estende ao âmbito esportivo e faz com que também ali sejam atribuídos sentidos simbólicos aos signos sociais representados pelas condutas e comportamentos dos integrantes dos diversos segmentos do esporte. Neste sentido, a indústria de comunicação de massa contribui decisivamente, através da força do apelo da imagem e por seu efeito multiplicador, para que estas interpretações se tornem “familiares” e sejam incorporadas à cultura esportiva. Fixadas enquanto identidades culturais, fazem com que cada um dos segmentos/atores do espetáculo do esporte “movimente-se” neste palco conforme papel previamente marcado.

Assim, pode-se afirmar que na sociedade globalizada, cuja cultura tende à mundialização, as manifestações esportivas não podem mais prescindir da participação da mídia na sua produção,

difusão ou transformação. Sobre isto, Thompson (1995, p.219) observa que *“mesmo as formas de entretenimento que existiram por muitos séculos, tais como a música popular e a competição esportiva, estão hoje entrelaçadas com os meios de comunicação de massa”*.

Enfatizando, afirma que estas e outras atividades têm hoje sua manutenção, em grande parte, provida pela indústria midiática, envolvida não apenas na sua transmissão e consequente apoio financeiro, como também na produção e transformação ativa destas formas culturais pré-existentes, com o que concorda Bucci (1998) ao identificar esta como uma das funções *“(quase-ideológicas)”* da mídia, como *“promotores-da-notícia”*:

Está na cobertura esportiva a chave para desmontar uma das charadas do jornalismo em televisão. A charada é a seguinte: o telejornalismo promove - financia, organiza e monta - os eventos que finge cobrir com objetividade. É no esporte que esse fenômeno é mais transparente. (...) As técnicas jornalísticas, dentro das coberturas do esporte pela TV, são cada vez mais uma representação. Aquele espetáculo que aparece na tela não é uma notícia conseguida pela reportagem, mas uma encomenda paga” (p.23).

Capítulo 1 - Exercício Físico/Saúde e Cultura Esportiva: elementos para compreensão crítica da realidade produzida pela indústria midiática

“Ninguém ignora que a capacidade de comunicação é, para o homem, como para toda espécie viva, a condição indispensável de seu estar no mundo, ou seja, da sua sobrevivência”
(Paul Virilio, 1996)

1.1. A Sociedade da Informação no Planeta Mídia

Encontra-se incorporado ao vocabulário dos estudos culturais grande e variado conjunto de metáforas usadas para representar, de modo mais ou menos preciso, os traços característicos que identificam a sociedade contemporânea. Certamente das mais conhecidas é a que atribui ao presente estágio social a condição de “Sociedade da Informação”, traço característico da sociedade pós-industrial, designação atribuída ao sociólogo norteamericano Daniel Bell, ainda nos anos 60 (Beltrão; Quirino, 1986)⁵.

⁵ Para o sociólogo italiano Domenico de Masi (De Masi, 2.000), Bell foi um dos primeiros a anunciar o surgimento da sociedade pós-industrial, considerando o seu nascimento em 1956, quando o número de trabalhadores do chamado terceiro setor (comércio e serviços) norteamericano superou o de trabalhadores na indústria e na agricultura naquele país. No mesmo sentido, mas a partir de orientação marxista, pode-se fazer referência ao autodenominado exercício de *futurologia sóciopolítica* de Adam Schaff, expresso em *Sociedade Informática* (Schaff, 1990). Esta obra é dedicada a análise das transformações em curso nos âmbitos da economia, política e cultura da sociedade ocidental, em especial nos países desenvolvidos, decorrentes do que chamou *segunda revolução técnico-científica*. Segundo o autor, ela “*consiste em que as capacidades intelectuais do homem são ampliadas e inclusive substituídas por autônomos, que eliminam com êxito crescente o trabalho humano na produção e nos serviços*” (p.22).

Ainda que se refira, mais amplamente, ao advento das modernas tecnologias ligadas ao processamento e transmissão de dados em geral, a "sociedade da informação" é mais facilmente percebida pelo cidadão comum em virtude da massiva presença de informações disponibilizadas pela indústria midiática, que "despeja" diariamente milhares de notícias, fatos, curiosidades, propagandas, projeções, entretenimento, etc., em todas as esferas do globo. Se considerarmos que, dos atuais veículos de comunicação de massa⁶, o mais recente, a televisão, já tem mais de cinquenta anos, o que certamente pode ser considerado inovação e, por isso, chama a atenção nesta transição de século/milênio é o aumento vertiginoso do número e tipos de veículos utilizados, aliado ao seu aperfeiçoamento tecnológico, que possibilita mais facilidades na produção e difusão, além de maior alcance destas informações.

Todavia, a principal característica da sociedade contemporânea talvez seja não a presença massificada mas a instantaneidade da informação, com efeito imediato sobre a vida social. O processo de aceleração do tempo informacional e de encurtamento das distâncias a serem cobertas pelos meios, leva a um certo confundimento da realidade, assim descrito por Virilio (1996, p.39):

"com a aceleração não há mais o aqui e ali, somente a confusão mental do próximo e do distante, do presente e do futuro, do real e do irreal, mixagem da história, das histórias, e da utopia alucinante das técnicas de comunicação".

Segundo o autor, o encolhimento do espaço físico pelo fenômeno da informação instantânea implica também em nova sensação de cidadania, que ignora os limites geográficos e políticos dos Estados-nações e integra virtualmente os indivíduos com acesso à mídia ao conceito de Cidade-planeta. A um simples toque no botão dos canais do controle remoto do aparelho de televisão pode-se saber, de imediato, a situação dos reféns de mais um sequestro aéreo no outro lado do mundo ou os conselhos do místico de plantão sobre a cor apropriada das roupas íntimas para a entrada do novo ano. Deixa de importar a relevância social da informação, sendo

⁶ Em que pese o aumento do número de computadores ligados à rede mundial Internet no mundo inteiro, parece ainda precoce considerá-la uma mídia de massa, principalmente em vista da consolidação já alcançada pelos demais meios de comunicação – televisão, rádio, jornal, cinema e revista.

privilegiada a sua atualidade. De fato, o papel da mídia seria, hoje, *“menos de produzir informação do que de antecipá-la, de alcançá-la em movimento”*; assim, os seus consumidores *“passam a comprar menos notícias cotidianas do que adquirir instantaneidade (...) ou, em outras palavras, compram sua participação na contemporaneidade universal, no movimento da futura cidade planetária”*. (Virilio, 1996, p.49).

Neste sentido, é ainda possível perceber que a deslocalização da informação produzida pela moderna indústria da comunicação de massa, se “esvazia” o espaço local por retirar-lhe os traços característicos da cultura regional, também o “preenche”, ao situar nele novos elementos culturais daquilo que se pode denominar cultura mundializada (Ortiz, 1994). Igual ambiguidade pode ser observada em relação ao tempo. Da mesma forma que consegue percorrer o mundo em frações de segundo, a informação pode também resgatar sons e imagens do passado, construir cenários do futuro ou, ainda, integrá-los em novas e intercambiáveis realidades, virtualmente produzidas (Lévy, citado por Feres Neto, 1999).

Esse é outro aspecto primordial para a análise das transformações que vem ocorrendo na Sociedade da Informação: o que se refere ao avanço da infra-estrutura tecnológica do atual processo midiático. Conferindo abrangência global e grande eficácia aos sentidos do discurso propostos pela mídia, ele decorre diretamente da crescente hibridização entre meios técnicos das áreas de informática e das telecomunicações, constituindo um macrocampo multimídia denominado, por Moraes (1998), de “infotelecomunicações”. Segundo este autor, *“as companhias de mídia, telecomunicações e informática tendem a interpenetrar-se cada vez mais, tanto pelo caráter complementar ou suplementar de conteúdos, serviços e meios de transmissão, como pelos mercados que almejam”* (p.30). Do ponto de vista da modernização tecnológica, o principal avanço diz respeito a unificação dos meios e processos de transmissão de dados, representado pelo compartilhamento de canais entre telefonia, TV aberta e por assinatura e Internet. Isso já possibilita que se produzam mecanismos inteligentes de recepção e acesso a todas as infovias através de um mesmo aparelho (ainda que economicamente inviáveis até o momento).

Em sua obra, sugestivamente denominada *Planeta Mídia*, Moraes traça um amplo inventário das tendências do setor, em que localiza nas associações entre grandes empresas de comunicação - possíveis a partir da flexibilização⁷ mundial das legislações da área - o elemento definidor de um novo estágio da indústria da mídia de massa, que se caracteriza pela constituição de oligopólios transnacionais. A associação financeira e operacional possibilita, assim, ratear os custos das pesquisas de inovação tecnológica integrada e reduz o espaço de intervenção dos concorrentes. Neste sentido, sugere o autor que o processo de modernização na área da indústria midiática, na esteira dos princípios que norteiam a integração global dos mercados de capitais, vem se dando pela convergência entre: i) busca pela ampliação e diversificação dos mercados consumidores; ii) aumento e acirramento da concorrência entre megaempresas, que exige fusões/parcerias e implica redução do número de disputantes dos mercados; iii) concentração das funções decisórias e descentralização das operações de produção e difusão.

No âmbito das comunicações de massa, este fenômeno promove dois movimentos complementares entre si, que devem ser compreendidos como pertinentes à atual fase da sociedade capitalista pós-industrial. De um lado, percebe-se a expansão acelerada da capacidade de abrangência e alcance dos meios da Indústria Cultural⁸, de tal modo que, praticamente, o mundo todo coloca-se sob a mesma cobertura dos órgãos de comunicação de massa. Pode-se dizer que a mídia já alcança quase todos os recantos e cidadãos do globo, levando a eles suas mensagens e, no seu interior, valores, normas e comportamentos tendencialmente homogêneos, que lhes permite compartilhar identidades comuns. Com isso, parece reduzir-se as distâncias e, como consequência, a humanidade experimenta uma notável sensação de encolhimento do mundo. A informação sobre fatos vividos no outro lado do planeta fica disponível até mesmo durante sua ocorrência, com a notícia sendo abatida em pleno vôo, na metáfora usada por Virilio (1996). Assim, pela coincidência simbólica de signos e códigos identitários, diferenças culturais

⁷ O autor utiliza a expressão “flexibilização” como um eufemismo, designando o processo de desregulamentação e concentração multinacional de bens e serviços da indústria cultural sob a égide da globalização da economia e do neoliberalismo.

⁸ Conceito desenvolvido pelos filósofos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer no livro *Dialética do Esclarecimento*, publicado pela primeira vez em 1947. O tópico 1.3. do presente capítulo tratará exclusivamente deste tema.

entre povos distantes não mais parecem ser tão diversas assim, pois há, entre elas, alguns elementos comuns de reconhecimento mútuo que os aproxima. Na afirmação de Moraes:

“Tais signos prefiguram uma memória coletiva partilhada por pessoas dispersas nos rincões geográficos. Não mais uma memória enraizada em tradições regionais ou locais, mas traçada e reconhecível em estilos de vida, cujos entornos simbólicos suplantam as especificidades históricas e facilitam planejamentos mundializados. [...] Os sentidos de pertencimento descolam-se de lealdades nacionais e passam a ser influenciados pelos centros gestores de consumo.” (1998, p.16).

Neste processo de promoção de uma cultura mundializada, interessa sobretudo o que de novo ele nos apresenta, que é forma quase consensual com que vem se materializando, através da mídia. Diferente de outras ditas revoluções culturais, esta não tem seus valores impostos pela coerção de governos totalitários ou por sistemas educacionais autoritários; ao contrário, ela passa a ser adquirida/incorporada através de produtos que a Indústria Cultural fornece como bens de consumo a cada segmento social. Outros traços característicos da mídia que colaboram de forma significativa na fixação de padrões mundializados para o consumo de bens culturais referem-se ao procedimento de descomplexificação da realidade, reduzida a simples entretenimento, e a segmentação da oferta de bens e serviços, conforme Moraes (1998).

O primeiro aspecto diz respeito ao que o autor denomina *cultura fast food*, isto é, um mecanismo mundialmente disseminado no campo da mídia, que visa reduzir a complexidade da realidade social apresentada aos consumidores dos meios de comunicação, a qual passa a ser veiculada como espetáculo, marcado pela fácil compreensão e consumo. O que se observa é a progressiva substituição das colunas e programas jornalísticos de opinião, pautados pela reflexão de comentaristas especializados e/ou autoridades convidadas, por programações tipo *videoclip* ou mesmo falsos debates, amordaçados por roteiros impostos ou pela ditadura do tempo ou do espaço, que é utilizada como instrumento de controle dos mediadores e/ou editores (Bourdieu, 1997). Estes procedimentos, em que a informação a ser veiculada vale mais pelo *glamour* do pacote com que é embrulhada para ser servida do que pela sua qualidade inerente, proporcionam a formação de uma cultura de recepção aligeirada, realimentada cotidianamente por informações mitigadas (ou pré-digeridas, conforme Bourdieu) a que, no caso da televisão, os telespectadores reagem imediatamente, graças aos sistemas eletrônicos de controle da audiência; um programa de

análise mais profunda, que exige tempo de reflexão para expressar argumentos e contra-argumentos, derrubaria qualquer audiência de horário nobre (19:00 a 22:00 horas), no qual se convencionou atribuir que o desejado é o entretenimento simples, palatável (musicais, humorísticos, esportes e variedades) ou os chamados *fatos-ônibus*⁹. Programas com aquele perfil, quando acontecem, são deslocados para o fim de noite, horário em que os poucos pontos de audiência obtidos já não implicam em pressões do departamento comercial e dos patrocinadores. Contribui ainda para isso a aplicação de técnicas jornalísticas de edições e recortes intencionalmente reducionistas, que fornecem uma visão superficial e fragmentada da informação veiculada, provocando nos seus consumidores, muitas vezes, compreensões distorcidas e, por isso mesmo, insuficientes para a elaboração de uma opinião esclarecida e crítica a respeito do assunto. Desta forma, reforçam-se, recíproca e simultaneamente, a banalização da oferta de informações pela mídia e o empobrecimento do nível médio de exigência de consumo da população, formalizando-se um acordo tácito de mediocridade, um círculo viciado e vicioso, em que quanto mais superficial e vulgar for a mensagem, mais aceitação terá entre os consumidores, para alegria dos responsáveis pelo marketing publicitário.

Paralelo a isto, e também graças ao surgimento das modernas tecnologias e à formação de oligopólios de mídia, ocorre o fenômeno da segmentação da oferta de bens e serviços da Indústria Cultural. Revistas, rádios, jornais e, especialmente, emissoras de televisão, com o advento dos pacotes oportunizados pelos canais por assinatura, são produzidos para atender a exigências cada vez mais personalizadas dos consumidores, sejam relativas a aspectos estruturais (faixa etária, sexo, etnia, etc.) ou de preferências por tipos específicos de entretenimento. Desenvolvem-se modernos procedimentos operacionais para veiculação de programações dirigidas a públicos-alvos, destinadas a satisfazer necessidades muito especiais (e a realimentá-las!). A aparente contradição entre o conceito tradicional de comunicação de massa e essa supersegmentação dos consumidores não passa de estratégia dos conglomerados midiáticos, que visam, por esta operação, obter, simultaneamente, tanto a massificação/consolidação da audiência

⁹ Bourdieu se utiliza da expressão *fatos-ônibus* para designar aquelas informações de natureza genérica, por definição, “*para todos, que interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada importante*” (1997, p. 23).

em veículos de baixo custo e ampla circulação (jornais tablóides, emissoras de rádio em AM, televisão de sinal aberto), quanto o atendimento de interesses afins de grupos identitários próprios, cuja capacidade de consumo ou condição de formadores de opinião demonstre a importância comercial em atendê-los. Neste reagrupamento de audiências, fatores tradicionais para montagem das programações e comercialização de cotas publicitárias, como renda e escolaridade dos consumidores, passam a conviver com aspectos relacionados a estilos de vida e preferências específicas de consumo. Universos simbólicos como mulheres, homossexuais, grupos étnicos/raciais, crianças e idosos tornam-se objeto de pesquisas mercadológicas para avaliação de demanda, assim como os consumidores de tópicos especiais já consolidados, como esporte, música, cozinha e outras (Moraes, 1998). Como já se afirmou (Pires, 1997), a abrangência e a indiferenciação entre os meios técnicos e programações da indústria midiática determinam que, para além da especificidade do veículo/gênero a que se está acompanhando, o mais importante é que se esteja ligado a ela, isto é, que se esteja permanentemente exposto ao seu discurso, à incorporação simbólica dos significados sociais e dos bens culturais, imerso integralmente na cultura mediada. Afinal, a lógica é comum e os objetivos idem: garantir a audiência e incentivar o consumo, vez que a publicidade é o motor deste grande esquema. Em outras palavras: o que deve ser consumido não é a mensagem, mas o próprio meio de difusão, isto é, a mídia.

Assim, parece evidente que o fenômeno do encolhimento das distâncias geográficas e da aceleração do tempo provocados pelo processo de mediatização da realidade, além de causas e objetivos razoavelmente conhecidos, como se viu, implica também consequências, estas nem tão claras assim, tanto no âmbito da vida coletiva nas sociedades integradas, quanto na construção das subjetividades e formação cultural do sujeito. Não se objetiva aqui, todavia, julgar prejuízos e/ou benefícios desta nova realidade, mas sim compreendê-la criticamente para, na ótica da Educação Física/Ciências do Esporte, verificar as implicações diretas e indiretas da apropriação da cultura de movimento e esportiva pelo sistema informacional, a fim de perspectivar possibilidades de intervenção da área, voltada a um projeto de construção social da cidadania emancipada.

Para tanto, recorre-se a três conceitos que, imbricadamente, irão se constituir no eixo condutor desta tentativa de entendimento crítico da realidade produzida pela indústria da comunicação de massa, relativamente ao esporte e ao exercício físico: i) globalização econômica/mundialização da cultura; ii) indústria cultural e iii) semicultura (ou semi-formação cultural). Finalizam o capítulo dois tópicos que tratam, reciprocamente, das adequações estratégicas proporcionadas pelas novas tecnologias no campo midiático face a mercadorização da cultura de movimento e, das consequências deste processo no campo específico do esporte, tomando-se o futebol brasileiro como exemplo a ser estudado.

1.2. Globalização da economia/mundialização da cultura (ou como garantir o consumo universal de bens produzidos em escala global)

Parece ser impossível separar estes dois processos que integram o mesmo fenômeno mundial da atualidade, ainda que devam ser percebidas e ressaltadas suas características próprias. Por globalização, pode-se entender a progressiva e inconclusa integração econômica assimétrica e desigual de mercados (que supera a idéia de Estados-nacionais, embora os mantenha como unidade política de referência¹⁰) produtores e consumidores de bens materiais e simbólicos produzidos hegemonicamente em escala mundial, com a exclusão pura e simples daqueles que, não dispendo de importância estratégica no novo cenário em construção, não devem se tornar empecilhos ao modelo de sociedade econômica mundial idealizada pelo grande capital internacional (Ianni, 1996).

Tal processo, seletivo e excludente, é procedido pelos megaconglomerados transnacionais que têm seus centros de decisão e operam politicamente através dos países do restrito grupo

¹⁰ A manutenção dos Estados-nacionais como padrão de referência para a política internacional deve-se à permanência da categoria “nacional” no imaginário social dos países periféricos, o que dificulta a formação de grupos, consórcios ou blocos entre eles, que poderia alterar a correlação de forças destes com o grande capital internacional. Por outro lado, a progressiva retirada da sua soberania em termos econômicos não impede que decisões externas sejam rigorosamente observadas internamente.

abrigado sob a sigla “G7”¹¹ e dos organismos financeiros institucionais sob seu domínio – BID, BIRD, Banco Mundial, FMI, etc. Por meio de medidas de incentivo ou sanções econômicas, conseguem que as nações/blocos regionais concedam facilidades de trânsito para o capital e produtos, e passem a ser classificadas, a partir daí, em “incluídas”, “excluídas” e “emergentes”, caracterizando-se as últimas como aquelas que, aderindo ao sistema às custas da entrega das suas reservas estratégicas e naturais, convivem provisória e temporariamente com algumas sobras de benefícios da globalização da economia (Santos, 2.000).

Enquanto isso, a compreensão do conceito de *mundialização da cultura*¹² implica em dois pressupostos, como alerta Ortiz (1994): i) embora indispensável, a correlação entre economia e cultura no plano global não acontece de forma imediata, o que significa “*que a história da cultura das sociedades capitalistas não se confunde com as estruturas permanentes do capitalismo*” (p.24). Isso faz com que a análise da cultura no sistema-mundo (Wallerstein, 1994) não se reduza ao processo econômico, ainda que deva necessariamente incluí-lo; ii) em vista do avanço tecnológico e da expansão geográfica do sistema comunicativo de massas, que fornece infraestrutura material para a mundialização da cultura, é um equívoco imaginar que a totalidade da integração pretendida precise rechaçar a idéia de convivência das diferenças culturais. Segundo Ortiz (1994, p.27), “*uma cultura mundializada não implica o aniquilamento das outras manifestações culturais, ela co-habita e se alimenta delas.*” Para o autor, o sistema comunicacional se encarregaria de ampliar e divulgar transversalmente em esfera global os elementos constitutivos da cultura mundializada, oferecendo padrões de referência para a formação de identidades sociais.

Assim, não haveria um choque de culturas entre o comum e o diverso, mas uma tendência de aproximação entre as lógicas que os conformam, em que o local, para garantir sua sobrevivência, tenderia a adequar-se, sem subsumir-se integralmente, ao mundial. Em síntese, estaria em desenvolvimento um processo de interação progressiva de aspectos comuns às

¹¹ Grupo dos sete países economicamente mais desenvolvidos: EUA, Canadá, Inglaterra, França, Itália, Alemanha e Japão.

¹² Para Ortiz, é preferível o uso da expressão mundialização para representar o estágio integrado da cultura porque a categoria “mundo” articula-se a uma “visão de mundo”, ou seja, um universo simbólico de representações específicas da civilização atual, associando-se por isso ao domínio cultural.

diferentes culturas regionais - e em seu âmago enraizado -, que passam a integrar uma cultura reconhecida entre si, sem a negação dos seus traços distintivos próprios.

Essa idéia de totalidade cultural em processo não se coaduna com as teses de criação de uma cultura mundial homogênea e homogeneizadora. Pelo contrário, a mundialização da cultura, repetindo Ortiz, não prescinde, até porque delas se alimenta, das culturas locais, para as quais devolve seus próprios padrões culturais, remodelados pela lógica do consumo e do espetáculo. Um exemplo deste processo é referido por Pimentel (1997), quando analisa a transformação do rodeio/esporte no Brasil: de autêntica manifestação popular enraizada nas sociedades rurais de alguns Estados, passou a elemento representativo e aglutinador da nova ruralidade brasileira, incluindo diferentes setores da cultura de consumo, na medida em que agregou os códigos e signos de uma cultura mundializada, fornecidos pela mídia.

Assim, a lógica que viabiliza a articulação entre os fenômenos da globalização da economia e da mundialização da cultura tem como pressuposto a transformação dos bens culturais em mercadorias ou bens simbólicos, e a sua disponibilização aos mercados consumidores mundiais através das novas tecnologias a serviço dos aparatos da mídia. Um olhar mais atento permite melhor compreender os detalhes deste processo, uma vez mais recorrendo-se a metáforas criadas para explicar o cenário que vem se descortinando na sociedade contemporânea. Efetivamente, a mais adequada para explicitar esta imbricação de economia e cultura em âmbito mundial é a da “fábrica global” (Ianni, 1995). Ela se refere às transformações quantitativas e qualitativas que vem ocorrendo no processo de produção, circulação e consumo de bens e serviços nos domínios do capitalismo, rearranjado pelo discurso neoliberal.

Na perspectiva de garantir a acumulação ampliada do capital, a nova ordem visa reduzir acentuadamente os custos de produção, o que implica em buscar alternativas menos dispendiosas de recursos humanos e otimização da capacidade produtiva instalada. Isso determina, por um lado, o deslocamento das unidades fabris para regiões menos desenvolvidas do planeta, onde legislações trabalhistas frágeis (ou suscetíveis de serem alteradas) ainda permitem explorações do trabalhador pouco qualificado, como baixas remunerações e o trabalho infantil. A isso, soma-se o

fato de que o número crescente de desempregados estruturais – consequência inevitável e até mesmo desejada pelo próprio processo de globalização excludente - garante um “exército de reserva” (na perspectiva marxiana) capaz de manter sufocadas as reivindicações por melhores salários e condições de trabalho. Por outro lado, determina que o processo produtivo seja fragmentado e distribuído geograficamente em diferentes frentes de trabalho (unidades de produção descentralizadas), privilegiando vocações regionais, proximidade com fontes produtoras de matérias-primas, vantagens cambiais e alfandegárias ou outros interesses econômicos estratégicos.

Através de mecanismos complexos e que vão sendo implementados mundialmente com a complacência ou, pior ainda, com a colaboração das elites locais corrompidas ou deslumbradas com o falso discurso de modernidade¹³, o processo de globalização econômica tem conseguido alcançar os objetivos de reduzir os custos dos produtos a serem oferecidos mundialmente, a fim de adequar-se ao poder aquisitivo de uma massa empobrecida de consumidores e, ainda assim, garantir a ampliação do capital acumulado. Outro ingrediente desta nova organização produtiva em escala global aparece como inevitável consequência da padronização das estratégias de produção em escala: a significativa semelhança entre os bens e serviços criados/disponibilizados, condição operacional para que as linhas de produção possam ser otimizadas, gerando mais unidades com menor custo e economia do tempo que seria destinado a aperfeiçoamento e/ou troca de tecnologias¹⁴.

Com a similitude provocada entre os bens produzidos em escala global, era necessária a implementação de estratégias que promovessem também relativa aproximação entre hábitos, valores e preferências de consumo em esfera igualmente planetária, garantido assim a criação de

¹³ A expressão “modernidade” aqui utilizada não se refere ao seu aspecto filosófico de racionalidade, mas a pretensa modernização da sociedade nos países emergentes, representada, por exemplo, pela presença de produtos estrangeiros nas prateleiras dos supermercados, o que corresponde à importação não apenas do produto mas do próprio estilo de vida (cf. Ortiz, 1994).

¹⁴ Tal necessidade de homogeneização das características gerais dos produtos não impede que alguns traços peculiares e complementares sejam a eles integrados, garantindo ao consumidor a sensação de estar adquirindo algo personalizado. Por exemplo: o boné, indumentária quase obrigatória no vestuário de jovens do mundo inteiro, praticamente não difere quanto à sua forma, apenas em relação a cores e/ou signos (logomarcas) posteriormente apostos.

um mercado consumidor global para produtos que pouco diferem entre si. Em outras palavras, no que se refere ao aspecto comercial, revelou-se necessário o incentivo ao surgimento de uma cultura de consumo mundializada, tendencialmente homogênea, que reduzisse substancialmente as diferenças subjetivas de comportamento dos consumidores relação a aspectos fundamentais dos bens produzidos na perspectiva descrita, e que anteriormente eram determinados pelas características identitárias das culturas locais/regionais.

Aqui se destaca o papel integrador dos meios de comunicação de massa, especialmente a televisão, por sua capacidade de espetacularizar a realidade, secundarizando desta forma certas características diferenciadoras e, a seguir, devolvê-la como consenso falsamente produzido, como ideologia.

A partir da capacidade de aproximar sociedades que, em muitos casos, só têm contato entre si através das informações veiculadas pelos meios de comunicação de massa, cria-se uma sensação de cultura compartilhada em âmbito mundial, em que as populações se reconhecem pelo consumo comum de certos elementos culturais produzidos pela "fábrica global", os quais passam a se constituir em garantias de acesso e pertencimento, contribuindo, assim, para a construção de identidades virtuais. Essa necessidade da espécie humana de se agregar, de fazer parte de estruturas sociais, de compartilhar padrões de referências - o que lhe é garantido pelo efeito de virtualização das identidades promovido pela mídia - faz com que, a uma produção em escala mundial, material e simbolicamente indiferenciada, corresponda um mercado de distribuição e consumo igualmente global, sustentando, assim, a indivisibilidade dos processos de globalização da economia e de mundialização da cultura.

1.3. A Indústria Cultural: a cultura transformada em mercadoria

Parece possível visualizar a gênese do processo de integração das economias mundiais mediado pelo âmbito da cultura naquilo que, ainda na década de 40, os frankfurtianos¹⁵ Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985) definiram em texto que integrou o conjunto de fragmentos filosóficos reunidos no livro *Dialética do Esclarecimento: o conceito de Indústria Cultural*.

O fulcro desta expressão-síntese da reflexão dos autores assenta-se no processo de banalização/rebaixamento da produção e difusão cultural enquanto mercadoria, no período de consolidação da sociedade administrada¹⁶, e as conseqüências anti-iluministas sobre o sujeito, na formação de subjetividades controladas e consumo dirigido. Fiéis à tradição germânica, que distinguia *cultura* (“*Kultur*”), como o mundo privilegiado das idéias e das produções do espírito (representadas, essencialmente, pelas artes), de *civilização* (“*Zivilization*”), âmbito secundário da reprodução econômica, política, moral e social¹⁷, Adorno e Horkheimer se surpreenderam ao constatar, no exílio norteamericano, o estágio de integração da cultura ao sistema capitalista da produção de bens materiais. De promessa de felicidade e realização espiritual não cumprida pela burguesia europeia, observavam a cultura resumir-se em mercadoria dotada de valor-de-troca, produzida e consumida de forma massiva e indiferenciada. Além disso, percebiam que a dimensão crítica, ainda presente na cultura burguesa emergente, fora subsumida pela falsa democratização representada pelo acesso a produtos de uma cultura de massas, isto é, produzida para o consumo das massas. A essa transformação, denominaram Indústria Cultural¹⁸.

¹⁵ Referência à Escola de Frankfurt, corrente de pensamento que promoveu ampla análise crítica da sociedade capitalista, e que se articulava a partir do Instituto de Pesquisas Sociais daquela cidade alemã. Face a amplitude e diversidade das obras vinculadas à Teoria Social Crítica, não seria possível fazer aqui uma abordagem mais detalhada da sua produção, mas sugere-se consulta, entre outros, a Freitag (1986), Geuss (1988) e Assoun (1991).

¹⁶ O conceito de *sociedade administrada* foi frequentemente utilizado por Adorno para referir-se ao estágio do capitalismo que, passado o período liberal de crença na auto-regulamentação do mercado, veio a ser exercido burocraticamente pelo Estado e suas instituições, baseados na lógica da razão instrumental.

¹⁷ Cf. Elias (1994); ver também Zuin (1999). As produções seguintes de Adorno, especialmente os textos da década de 60, resultantes de conferências e entrevistas na Rádio do Estado de Hessen (Adorno, 1995), expressam um novo e abrangente entendimento de cultura, mais próximo da orientação sociológica anglosaxônica.

¹⁸ Adorno e Horkheimer, ao contrário da expressão então corrente “cultura de massa”, chamaram Indústria Cultural o estágio assumido pela cultura que presenciavam nos Estados Unidos, em vista do equívoco a que aquela poderia induzir: que se tratasse de um cultura feita pelas massas, uma forma autêntica de cultura popular. A alusão à *indústria* visava destacar a contradição representada pelo modo de produção desta cultura, cuja estandardização e racionalização das técnicas de criação/distribuição são a base de sua consolidação como mercadoria, muito mais afeito, na tradição alemã, ao conceito de civilização do que o de cultura.

A Indústria Cultural, por seus agentes, que são os diferentes meios de comunicação de massa, estaria produzindo um sistema próprio, pseudoformador, em cuja essência estaria o mecanismo de indiferenciação entre as suas diversas produções. No dizer dos próprios autores, *"a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente entre si mesmo e todos o são em conjunto"*. Ou ainda que, *"sob o poder do monopólio [criado pela Indústria Cultural] toda cultura de massas é idêntica"* (Adorno; Horkheimer, 1985, p.113-114)¹⁹.

Neste sentido, Castanho (1985) explica que, no arcabouço técnico de produção cultural em série, o radicalmente novo é excluído, em benefício das inovações ou daquilo que é aparentemente novidade, isto é, que apresente elementos supostamente renovados - já que o mecanismo da pseudodiferenciação é essencial para o sucesso da demanda por bens culturais - mas que, acima de tudo, não se apresente como revolucionariamente contrário ao que está dado. Conforme Adorno e Horkheimer,

"O que é novo na fase da cultura de massas em comparação com a fase do liberalismo avançado é a exclusão do novo. A máquina gira sem sair do lugar. Ao mesmo tempo em que determina o consumo, ela descarta o que ainda não foi experimentado porque é um risco" (1985, p.126).

Outro aspecto a ser destacado pela produção cultural em série, determinada pela adesão à lógica de mercado, é a coexistência, necessária ainda que paradoxal, entre o padronizado e o aparentemente diferente. A totalidade da Indústria Cultural revela-se um implacável monopólio, que a tudo transmite um ar de semelhança, e ressaltar isto foi o objetivo do texto de Adorno e Horkheimer. Todavia, os autores também destacavam a importância da diferenciação entre os produtos da Indústria Cultural como estratégia de incentivo ao consumo, fato este que, na verdade, constitui-se em pseudodiferenças, já que a lógica que erige o projeto

¹⁹ Posteriormente, Adorno retornou ao tema da indiferenciação entre os produtos culturais oferecidos pelos veículos de comunicação de massa, apresentando análises quanto aos efeitos da televisão. São os casos dos textos *A Indústria Cultural*, publicado no Brasil em coletânea organizada por Cohn (1971) e *Televisão e Formação*, transcrição de debate radiofônico com Hellmuth Becker (realizado no período entre 1959 e 1969, durante o qual Adorno colaborou com a Divisão de Educação e Cultura da Rádio de Hessen) e publicado em português em *Educação e Emancipação* (Adorno, 1995).

dominador da cultura mercadorizada não admite senão pequenas distinções, que não alteram substancialmente a universalização de seus produtos. Para eles,

“as distinções enfáticas que se fazem entre filmes das categorias A e B, ou entre histórias publicadas em revistas de diferentes preços, têm menos a ver com seu conteúdo do que sua utilidade para a classificação, organização e computação estatística dos consumidores. Para todos algo está previsto; para que ninguém escape, as distinções são acentuadas e difundidas.” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.116).

Essa é a garantia da sua preservação, vez que o diferente não pode ser catalogado nos esquemas já estabelecidos. Neste sentido - retoma-se a opinião de Castanho -, algumas disfunções ou funções de alívio das tensões criadas internamente ao sistema foram previstas por Adorno e Horkheimer, caracterizadas como “incorreções calculadas” (1985, p. 123) , a fim de permitir sua estabilização, logo transformando seus autores em marginais e reduzindo sua autonomia pelo estrangulamento econômico. O surgimento, de tempos em tempos, de alguns “outsiders”²⁰ à Indústria Cultural, é controlado, assim, pela sua cooptação ao sistema ou por sua exclusão, na medida em que, tomado como bizarro ou utópico, não consegue os meios técnicos e financeiros para, perseverando na sua contracultura, manter-se em evidência na mídia. No dizer dos autores, “*quem resiste só pode sobreviver integrando-se*” (p.123).

Essa padronização da produção cultural destinada à mercadorização em larga escala se constituiria na garantia de que também o seu consumo se daria de forma universal. Para os autores, desta forma o sistema determinaria que o “*mundos inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural*” (p.118, sem grifo no original), o que se pode considerar uma precoce observação do processo de mundialização da cultura por mediação da indústria da comunicação. Identifica-se na expressão grifada que Adorno e Horkheimer já começavam a perceber, no pós-

²⁰ O próprio uso de termos em inglês no vocabulário veiculado em países de língua não-inglesa tem sido denunciado como uma espécie ativa de colonização da linguagem e, por conseguinte, das culturas nacionais, a exemplo do que era exercido pela língua francesa sobre a nobreza aristocrata alemã nos séculos XVI e XVII (cf. Elias, 1994). Ironicamente, a França é hoje um dos países europeus que tem leis aprovadas obrigando o uso de traduções em publicações e na publicidade. No Brasil, a Câmara dos Deputados começa a discutir projeto de lei que impõe limites e sanções ao uso indiscriminado de expressões em idioma estrangeiro.

guerra, a expansão para o continente europeu²¹ tanto do modo de produção como, e principalmente, dos produtos da Indústria Cultural norte-americana, representada pelo cinema. A universalização da cultura administrada fazia-se notar, sobretudo, no sucesso dos filmes de *western*, nos quais aspectos geograficamente circunscritos a uma região dos Estados Unidos e localizados na história da formação daquele país, constituía-se em gênero de cinema consumido tanto pela sociedade americana como pelas demais nações que haviam se tornado consumidoras da produção da indústria cinematográfica de Hollywood²².

A inserção das produções do espírito na ideologia do livre mercado, isto é, a atribuição de um valor-de-troca à produção artístico-cultural, que perde assim sua dimensão estética e passa a valer pelo traço distintivo que sua posse ou fruição pode representar na sociedade administrada, é fortemente criticada por Adorno e Horkheimer. Contrariando os defensores da Indústria Cultural, que entendem ser positiva a capacidade de reprodução técnica da obra de arte e a consequente promessa de democratização do seu consumo, os autores demonstram que, por esse meio, ocorre na verdade um processo de domesticação da sua natureza contestatória e rebelde. Assim, ao tornar-se familiar ou docilizada, a cultura rebaixada à condição de mercadoria perde sua capacidade de crítica, tendendo a sublimar as tensões psicológicas e sociais decorrentes da insatisfação com as promessas não cumpridas pela sociedade moderna, marcada pelo *capitalismo tardio*²³.

Isso também contribui para neutralizar a atividade de reflexão do sujeito, notadamente aquela de natureza crítica, visto que “o espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio [...], toda ligação lógica que pressuponha um esforço intelectual é escrupulosamente evitada (Adorno; Horkheimer, 1985, p.128).

²¹ Certamente não havia, por parte de Adorno e Horkheimer, naquele momento, nenhuma preocupação com uma possível invasão cultural sobre o Terceiro Mundo!

²² Ainda que não tenham feito menção à expressão “imperialismo americano”, mais utilizada nas análises marxistas ortodoxas, era evidente a preocupação dos autores ao constatar o desenvolvimento da indústria cultural na Europa sob a influência e nos mesmos moldes do que eles haviam presenciado no seu exílio americano.

²³ Os teóricos da Escola de Frankfurt utilizaram a expressão *capitalismo tardio (ou maduro)* como um quase sinônimo de sociedade administrada, visando, todavia, ressaltar aqui o seu caráter imobilizador: nele não há mais a perspectiva de aperfeiçoamento social do período clássico do capitalismo, tornando-se promessa não cumprida pela burguesia emergente.

Segundo Puterman (1994), os frankfurtianos alertavam que a imposição das formas de organização fabril do capitalismo ao campo da cultura, incluindo a produção planificada com a introdução de técnicas de pesquisa de mercado para selecionar, previamente, os públicos consumidores específicos, implicaria em sua deteriorização. Este estágio resulta que, já na década de 60, Adorno venha a perceber que *“as produções do espírito no estilo da indústria cultural não são mais também mercadorias, mas o são integralmente”*. Continuando, afirma que, desta forma, as mercadorias culturais passam a se orientar *“segundo o princípio de sua comercialização e não segundo seu próprio conteúdo e sua figuração adequada”*, o que faz com que *“toda a prática da indústria cultural transfira, sem mais, a motivação do lucro às criações do espírito”* (1971, p.288-289, grifo no original).

Nesta lógica, segundo Freitag (1989), uma sinfonia de Beethoven reproduzida no rádio não mais se distingue das publicidades entre as quais se insere sua execução. Resumindo, a autora aponta as consequências nefastas mas previsíveis, provocadas pela Indústria Cultural:

- a) *“ela avilta o produto cultural e artístico, dissolvendo-o em sua especificidade e o transforma em bem de consumo de massa – com isso rouba a dimensão crítica, ainda inerente ao produto cultural aurático;*
- b) *ela cega e distrai o consumidor, para que não perceba as relações de fato em que está inserido como vítima, transformando-o em consumidor acrítico e inconsciente, fazendo dele um brinquedo nas mãos do sistema interessado na reprodução ampliada;*
- c) *ela reorganiza – com o auxílio de novas técnicas (forças produtivas) – o processo de produção e reprodução da cultura que, por ser um processo de produção capitalista, deixa de produzir ‘cultura’ para produzir ‘mercadoria’ ” (p.58).*

Como o valor-de-troca dos bens da Indústria Cultural, conforme as mesmas leis gerais de mercado, revela-se um elemento de distinção e reforço das diferenças de poder econômico das classes sociais que compõem a sociedade capitalista, torna-se necessária a segmentação deste mercado de acordo com as possibilidades de cada segmento consumidor, para que, a todos, a cultura industrializada possa alcançar. Ainda que pequenas, estas diferenças possibilitam que nem a estrutura econômica da sociedade tenha que ser alterada, o que revela a caráter conservador da Indústria Cultural, e tampouco o mecanismo de produção da cultura de consumo seja profundamente alterado. Desta forma, a oferta de bens culturais pouco diferenciados entre si

permite a inserção de todos a este mercado, até mesmo condicionando o sujeito ao padrão de consumo que está ao seu alcance, como critério de inclusão:

“Cada qual deve se comportar, como que espontaneamente, em conformidade com o seu nível, previamente caracterizado por certos sinais, e escolher a categoria dos produtos de massa fabricada para seu tipo.”(Adorno; Horkheimer , 1985, p.116)

A respeito do ensaio sobre Indústria Cultural, cabe ainda referir suas íntimas relações com o campo do entretenimento, ressaltadas por Adorno e Horkheimer. Este é um tema a que Adorno iria dedicar-se especificamente em momento posterior (Adorno, 1994), quando refutou a aludida oposição entre tempo livre ou dedicado ao ócio e o tempo não-livre, isto é, produtivo, fenômeno crescente na sociedade industrial. Efetivamente, ao contrário de aparente oposição entre ambos, produziu-se mútuo “acorrentamento”, de modo que o período livre de compromissos profissionais, cuja ocupação deveria ser de livre arbítrio do sujeito, tornou-se momento de reposição das forças para o trabalho. Assim, é o trabalho que determina o tipo de lazer ou, em outras palavras, o estilo de diversão no tempo livre. Na perspectiva da Indústria Cultural, *“seu controle sobre os consumidores é mediado pela diversão [...] (que) é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio”* (Adorno; Horkheimer, 1985, p.128). O mecanismo do trabalho alienado e da ideologia do lucro internalizou-se de tal maneira no sujeito que influencia, consciente e inconscientemente, as formas de ocupação do seu tempo livre, procedimento de que se ocupam os meios de comunicação de massa, ao produzirem e disseminarem satisfações padronizadas para necessidades igualmente idênticas. Por isso, *“ao processo de trabalho na fábrica e no escritório só se pode escapar adaptando-se a ele durante o ócio. Eis aí a doença incurável de toda diversão”* (Adorno; Horkheimer, 1985, p.128). Assim, em vista da moral vigente, o entretenimento, além de se subordinar ao trabalho, adquiriu uma conotação pejorativa, como uma *“pseudo-atividade, isto é, espontaneidade mal-orientada”* (Adorno, 1994, p.78), para a qual colabora o rebaixamento e a banalização da cultura, que é oferecida como alternativa de lazer pela indústria da diversão. Todavia, por trás deste aparente desprestígio das atividades de tempo livre, cresce sua importância na economia de mercado, na medida em que se consolida como momento de consumo dos bens culturais tomados como produtos. Assim, o tempo livre, na lógica da Indústria Cultural, transforma-se em tempo produtivo, vez que se destina à comercialização das suas mercadorias, como já destacaram Pires; Matiello Jr. e Gonçalves (1999).

Também no campo das Ciências da Comunicação foi intensa a recepção ao conceito frankfurtiano da Indústria Cultural (e à Teoria Social Crítica, que sob ele se revela), ainda que, de maneira geral, tenha provocado posições extremadas que dificultaram sobremaneira a sua apropriação como instrumento de compreensão do papel assumido pelos meios de comunicação na sociedade de classes, como pretendiam Adorno e Horkheimer. Tais polarizações são abordadas pelo teórico da comunicação Umberto Eco (1990), a partir das quais classifica seus defensores e adeptos em “apocalípticos” e “integrados”, aos primeiros designando como pessimistas, denunciadores das consequências da banalização da cultura sob a égide da Indústria Cultural (por ele considerado um conceito-fetiche, que bloqueia a discussão e enrijece o diálogo) e, aos últimos, como otimistas ingênuos que vêem na reprodutibilidade da obra de arte pelos meios técnicos apenas um canal para a democratização do acesso e fruição das produções do espírito. A uns e a outros, Eco tanto admite validade de argumentos quanto lhes aponta fragilidades, porém a todos remete crítica, justamente pelo endurecimento do debate, que impede o reconhecimento de posições nem sempre tão antagônicas assim no discurso dos oponentes. Segundo este autor, o principal equívoco está na dúvida produzida, que questiona se seria bom ou ruim a existência de uma cultura de massa, quando o que deveria ser refletido é: *“qual a ação cultural possível a fim de permitir que os meios de comunicação de massa (na conjuntura da sociedade industrial) possam veicular valores culturais?”* (Eco, 1990, p. 50).

É também neste sentido que opera, por exemplo, a análise que Lins da Silva (1985) faz do uso do conceito da Indústria Cultural entre os pesquisadores e acadêmicos da comunicação social no Brasil. Ao mesmo tempo em que considera absolutamente normal a mercantilização dos bens culturais na perspectiva que havia sido denunciada por Adorno e Horkheimer, percebe também o componente ideológico subjacente a estes bens, como veículo da disseminação de determinados valores destinados a preservação do poder da burguesia e do Estado. A saída, recomenda, é investir nas contradições existentes em seu interior, como em qualquer organização capitalista, fazendo disso espaços de resistência e esclarecimento. A análise da recepção do Jornal Nacional da Rede Globo, em estudo feito junto a dois grupos distintos de trabalhadores, demonstra a existência e a possibilidade de ocupação destes espaços vazios, em que pese ficar evidenciada também a importância de os telespectadores terem acesso a outras

fontes de informação (movimento sindical, partidos políticos, igreja) para fazer frente ao bloco ideológico monolítico de que se constrói aquele que já foi considerado o veículo do discurso oficial dos governos militares brasileiros.

Ainda a respeito da apropriação acadêmica do conceito de Indústria Cultural entre os pesquisadores do campo midiático, Costa (1995) afirma que sua introdução possibilitou a inversão da abordagem predominante dos estudos da área, até então fortemente influenciados pelo funcionalismo americano. Baseados na psicologia comportamentalista, visavam antecipar os efeitos ou resposta da audiência (massa indiferenciada de receptores) à mensagem codificada pelo emissor, objetivando otimizar os seus resultados. Em outras palavras, era a tentativa de prever a “reação média do receptor médio”, em busca de eficácia no conteúdo da mensagem. A partir de Adorno e Horkheimer, os fenômenos atinentes à comunicação de massa passam a ter um enfoque sociológico, em que se tornam objetos de estudo aspectos relativos aos componentes ideológicos, econômicos e estéticos do processo midiático.

O autor observa ainda que novos paradigmas nos estudos das Ciências da Comunicação, como a semiótica, não desautorizam as reflexões procedidas através do conceito da Indústria Cultural, mas levam a relativizar o pessimismo de que ele se reveste e, principalmente, o poder homogeneizador da cultura sob a perspectiva industrial, tal como era preconizado pelos frankfurtianos.

Aliás, sobre o alegado pessimismo da Dialética do Esclarecimento, cabe observar o que os próprios autores afirmam no prefácio da nova edição alemã, publicado mais de vinte anos depois da primeira edição (1969) e, quase trinta anos após a elaboração mesma do texto, produzido a partir de anotações de diálogos dos dois autores, na Califórnia/EUA. Segundo eles, a opção por não alterar o texto na reedição justificam-na principalmente pelo volume de mudanças que seriam necessárias para atualizá-lo - *“não são poucas as passagens em que a formulação não é mais adequada à realidade atual”* (1985, p.9). A própria natureza histórica da teoria implicaria em constante revisão, *“no entanto, não se pode dizer que, mesmo naquela época, tenhamos avaliado de maneira excessivamente inócua o processo de transição para o mundo*

administrado” (p.8). Pucci (1995) considera que as críticas ao pessimismo dos frankfurtianos parecem desconhecer a ótica crítica da razão negativa, presente naquela obra e com a qual Adorno voltaria a se ocupar em *Mínima Morália* e *Dialética Negativa*.

Todavia, a explicação mais objetiva talvez tenha sido dada pelo próprio Adorno (1995), no texto *O que significa assimilar o Passado?*, produzido para uma conferência radiofônica proferida em 1959: “*exagerei nos aspectos sombrios conforme aquela máxima segundo a qual hoje em dia somente o exagero consegue veicular a verdade*” (p. 44).

Finalizando, cabe fazer referência ao sentido que encerram tanto o subtítulo do texto sobre Indústria Cultural - *o esclarecimento como mistificação das massas* – como da própria obra de que faz parte – *a dialética do esclarecimento*. Sobre o *esclarecimento*, Adorno e Horkheimer procuram demonstrar que, se o conceito iluminista baseado nos princípios da razão kantiana pode ser considerado o desencantamento do mundo referido por Weber, isto é, processo através do qual o homem substitui as explicações mágicas aos fenômenos desconhecidos da natureza pela razão, este mesmo esclarecimento pode tornar-se novamente mito, na medida em que a racionalidade instrumental absolutiza-se, tornando-se dominante ao homem e à própria natureza: “*o pensar reifica-se num processo automático e autônomo, emulando a máquina que ele próprio produz para que ela possa finalmente substituí-lo*” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.37).

Este mecanismo, tomado como orientação para a racionalização do trabalho, institui-se também como uma aparelhagem de domínio econômico e social, subjugando a sociedade e atribuindo-lhe a condição de massa, na mesma medida em que submete o sujeito a comportamentos normalizados, tidos como naturais, decentes, racionais, enfim, os únicos desejáveis, não só na relação com os outros mas também consigo mesmo. Isto leva à situação que os autores assim caracterizam: “*a regressão das massas de que hoje se fala, nada mais é senão a incapacidade de poder ouvir o imediato com ouvidos próprios, de poder tocar o intocado com as próprias mãos: a nova forma de ofuscamento que vem substituir as formas míticas superadas*” (p. 47). Assim, mediados pela sociedade administrada, “*os homens reconvertem-se (...) a meros seres genéricos, iguais uns aos outros pelo isolamento na coletividade governada*

pela força” (*ibid.*). No campo cultural, onde esse processo se dá pela influência direta da Indústria Cultural, resulta no que Adorno, posteriormente, denominou semicultura ou semiformação cultural. É da análise dessa consequência inerente à cultura industrializada que se ocupa o tópico seguinte.

1.4. A Semiformação Cultural (ou a contraparte subjetiva da Indústria Cultural)

A Teoria da Semicultura, enquanto uma consequência não apenas inevitável, mas sobretudo desejável por aqueles que detém o poder sobre a máquina de produção da Indústria Cultural, é anunciada em diferentes momentos daquele ensaio dos frankfurtianos e finalmente elaborado por Adorno em 1959 (a primeira publicação em alemão é datada de 1966; tradução em português foi publicada apenas em 1996). Para sua análise, visando utilizá-la como componente do suporte teórico-conceitual para compreensão crítica da realidade produzida pelo discurso midiático sobre cultura esportiva e exercício físico/saúde, é necessário, primeiramente, explicitar o entendimento da expressão *formação cultural* no contexto da língua alemã, para o que contribuem, sobremaneira, os textos de Schmied-Kowarzik (1983), Maar (1995) e Pucci (1998).

Formação cultural (*“Bildung”*), na tradição germânica, refere-se a um sentido educacional constituído historicamente pela burguesia revolucionária (contra o feudalismo), na dialética processo/produto de “formação do homem no mundo”, em que aquele adquire a realidade deste, que, por sua vez, humaniza-se na interação com o homem. *“Articulam-se, assim, o processo de formação do sujeito e a constituição dos elementos humanos do mundo, que serão a cultura objetiva”* (Maar, 1995, p.141). Deste modo, cultura se constituiria pela unidade entre “formação” como processo formador e “formação” enquanto resultado do processo formador, base para a orientação da ação do “homem formado no mundo”, cujo ideal formativo estaria vinculado à emancipação, isto é, sujeitos racionais numa sociedade racional, e livres numa sociedade livre.

A formação cultural é, pois, a possibilidade da libertação individual das coerções sociais sobre a consciência, produzidas por mecanismos como a socialização baseada na economia de mercado. Esta liberdade individual não deve, entretanto ser tomada como objetivo final da educação, mas como pressuposto para a humanização da práxis social que, por sua vez, não é realizada apenas pela cultura mas a tem como momento necessário de conscientização (Schmied-Kowarzik, 1983). É no processo de “formação cultural do homem no mundo” que se busca alcançar a emancipação de todos os homens e de cada um, numa sociedade que seria constituída de iguais, promessa nunca cumprida pela burguesia emergente. Para tanto, é preciso atentar para o duplo caráter da cultura, que se revela numa tensão permanente entre *autonomia*, como liberdade do sujeito, e *adaptação*, enquanto sua inserção na vida real. Significa autonomizar-se sem deixar de se submeter ao mundo e, ao mesmo tempo, submeter-se sem perder a autonomia; ou, como afirmaria o próprio Adorno, na formação cultural “há um duplo propósito: obter a domesticação do ‘animal homem’ mediante sua adaptação interpares e resguardar o que lhe vinha da natureza, que se submete à pressão da decrépita ordem criada pelo homem” (1996, p.390). A necessidade da unidade dialética entre ambas é ainda reforçada por Maar (citado por Pucci, 1998, p.92), quando ressalta que:

“a formação cultural seria impotente e enganosa se ignorasse sua dimensão de adaptação e não preparasse os homens para a realidade; por sua vez, ela seria incompleta e falsa se se limitasse a ajustar os homens à realidade e não desenvolvesse neles a desconfiança, a negatividade, a capacidade de resistência”.

Quando esta tensão é desfeita, pela obstrução ou hegemonia unilateral de um dos pólos, as duas categorias congelam-se, fortalecendo a ideologia e promovendo uma formação regressiva ou semicultura. Esta parece ser a realidade educacional nas sociedades do capitalismo tardio. Historicamente, a burguesia ascendente, objetivando construir o seu espaço próprio de intervenção nas sociedades dominadas pela nobreza e pelos parâmetros da religião, privilegiou o campo das forças da autonomia cultural, obtendo, por essa competência, a autoridade necessária para tornar-se dirigente do novo sistema de produção que se fundava. Os bens do espírito, no dizer de Adorno, passaram a ser o traço distintivo não apenas para a emancipação da nova classe como também para sua afirmação como classe hegemônica. Como

se sabe, a ascensão da burguesia foi a gênese do surgimento do proletariado, enquanto classe que, sem poder econômico, viu-se impedida de conquistar sua formação cultural, em vista do solapamento do seu tempo livre pelas relações de produção impostas pelo capital. Com a agudização do sistema de mercado, que cooptou também o campo da cultura, transformando-o em mercadoria válida pelo seu valor-de-troca, a formação cultural assumiu um caráter ideológico de falsificação do sonho emancipatório burguês, privilegiando o polo da adaptação ao mundo administrado. O tempo livre dos trabalhadores, conquistado às custas de lutas por direitos, torna-se, como ressaltado anteriormente, um prolongamento do trabalho e passa a ser preenchido pelos produtos fornecidos pela Indústria Cultural. Diante da “alienação do espírito” (Adorno, 1996), a formação cultural do capitalismo contemporâneo transmuta-se em semiformação, hipostasiando o potencial crítico da cultura. A sua integração ao mundo instrumentalizado se faz pela adaptação a estes mecanismos, o que inclui a adesão incondicional às suas normas, códigos e valores.

Na fase da expansão material do capitalismo, o processo de sujeição da subjetividade dos sujeitos (Maar, 1999), dava-se pela negação do acesso dos trabalhadores às fontes de cultura da burguesia (museus, exposições, teatro, óperas, etc.), gerando deformação da sua consciência de classe, isto é, levando ao desconhecimento sobre aquilo que desconheciam e eram impedidos de conhecer. O esforço de emancipação desejado naquelas condições aspirava a democratização do acesso a estas fontes, o que levou os sindicatos a investirem na formação cultural dos trabalhadores, não apenas para garantir este acesso à arte burguesa, mas também para despertar a capacidade de produzir uma autêntica cultura popular, que representasse o modo de ser/estar-no-mundo dos trabalhadores. Ocorre que, na sociedade administrada pela lógica do mercado, em que a expansão e vulgarização dos meios de comunicação de massa fornecem uma pseudodemocratização do acesso a cultura, a formação da subjetividade dos sujeitos passa a ser feita pela oferta de bens objetivados, assépticos, domesticados, desencarnados de qualquer potencial transformador e, além disso, produtores de novas necessidades de consumo que só podem ser satisfeitas a partir destes mesmos bens produzidos pela Indústria Cultural, num mecanismo de manipulação de necessidades retroativas (Maar, 1995). Para explicar este esquema da cultura massificada, Adorno incluiu apêndice à versão original da Indústria Cultural

(não traduzida nas versões em português), em que afirma: “os homens aceitam a cultura de massa porque sabem ou pressentem que aqui aprenderão os hábitos de que necessitam como bilhete de passagem na vida monopolizada” (Adorno, citado por Maar, 1995, p.13).

Assim, ao contrário do mal-estar provocado pela deformação cultural dos trabalhadores presente na época do capitalismo-liberal, o que se verifica agora é a sua integração ingênua ao sistema de reprodução rebaixada da cultura, o que gera subjetividades conformadas, felizes pelo acesso àquilo que foi falsamente projetado como necessidades suas. Deste modo, os novos valores do espírito produzidos pelo capitalismo de mercado incorporam-se na consciência dos sujeitos pela mediação da indústria midiática de massa, não como uma passagem do “não-saber” para um “novo-saber”, mas como trajetória errática do “não-saber” para um “semi-saber” (Pucci, 1998) ²⁴. A semicultura não se caracteriza, pois, como um “ainda-não” que possa potencializar-se como etapa de acesso à cultura. Por bloquear o pólo emancipador, privilegia a adaptação, negando-se, assim como formação cultural (Pucci, 1998). Este é, em síntese, o processo da semiformação cultural, como consequência direta da transformação da cultura em mercadoria que, como já se afirmou, mais do que adquirir um valor-de-troca, torna-se veículo de ideologia. Ou ainda, como afirma Adorno (1996, p.389),

“a formação cultural agora se converteu em uma semiformação socializada, na onipresença do espírito alienado que, segundo sua gênese e seu sentido, não antecede à formação cultural, mas a sucede. [...] Apesar de toda ilustração e de toda informação que se difunde (e até mesmo com sua ajuda) a semiformação passou a ser a forma dominante da consciência atual”.

Neste sentido, o malefício maior da semicultura não seria a deformação de subjetividade na produção de falsas carências que são satisfeitas pelas ofertas da Indústria Cultural, mas sim a obstrução da reflexão crítica e da capacidade de reconhecer os limites que lhe são impostos pelo “verniz formativo que não lhe permite ir além da superfície” (Pucci, 1998, p. 97), proporcionado pela semiformação cultural. Continuando em sua análise, Adorno (1971), considera que, “através

²⁴ Pucci esclarece que o potencial emancipatório do “não-saber” encerra em si a possibilidade de elevação ao “saber”, já que o reconhecimento da sua própria ignorância é a condição para a busca do novo, da superação dos limites diagnosticados pela reflexão crítica. Contrariamente, o “semi-saber” produz um estado de falsa autosuficiência, que ignora os seus próprios limites e bloqueia qualquer iniciativa de procura consciente pelo “saber”.

da ideologia da Indústria Cultural, o conformismo substitui a consciência"; assim, a semiformação cultural revela-se como *"a satisfação compensatória que a Indústria Cultural oferece às pessoas ao despertar nelas a sensação confortável de que o mundo está em ordem, frustrando-as na própria felicidade que ela ilusoriamente lhes propicia"* (p.293-294).

Apesar do pessimismo do quadro traçado, pelo qual Adorno foi bastante criticado, ele percebia a possibilidade - e mais que isso, a necessidade! - de se contrapor à formação desta semicultura, resgatando-se o potencial emancipatório da cultura, ainda que reconhecesse as dificuldades para se impor uma posição contrahegemônica à ideologia dominante. Segundo Adorno (1996), se a esfera da produção já está controlada pela Indústria Cultural, qualquer possibilidade de transformação das relações objetivas depende, efetivamente, do que se puder mudar na esfera do consumo (ou da recepção, na linguagem midiática). Assim, para destravar a formação cultural, é necessário que seja retomada a tensão entre os dois momentos constitutivos da cultura, a autonomia e a adaptação, o que significa recuperar o caráter crítico da primeira, já que adaptar a cultura à lógica das leis de mercado é tudo do que tem se ocupado a Indústria Cultural. No ensaio sobre a Teoria da Semicultura, Adorno observa que, apesar de a semiformação constituir-se numa tendência que caracteriza os setores médios da sociedade, há trabalhadores e outros grupos que, por conta de sua consciência de classe, ainda não foram subsumidos àquele conceito. Diante disso, afirma que, embora paradoxal, *"é ainda a formação cultural tradicional, mesmo que questionável, o único conceito que serve de antítese à semiformação socializada"* (p.395).

Concluindo o ensaio, e diante da aparente contradição que é atribuir à própria cultura administrada a possibilidade de oferecer os caminhos para breçar a semicultura, Adorno considera que, *"a única possibilidade de sobrevivência que resta à cultura é a auto-reflexão crítica sobre a semiformação em que necessariamente se converteu."* (p.410). Uma das possibilidades para que isso venha a acontecer dependeria da reconquista do tempo livre dos trabalhadores como espaço de crítica e de reflexão. Uma brecha para isso, ainda que contrariando o caráter de totalidade que ele próprio havia atribuído à ação da Indústria Cultural sobre as consciências, é o próprio Adorno (1994) quem constata. Referindo-se a estudo empírico não publicado, realizado

no Instituto de Pesquisas Sociais de Frankfurt, quando do seu retorno pós-exílio, o autor revela ter tido a oportunidade de observar que ainda não fora totalmente alcançado a integração da consciência e do tempo livre. Segundo ele,

“as pessoas aceitam e consomem o que a Indústria Cultural lhes oferece para o tempo livre, mas com um tipo de reserva, de forma semelhante à maneira como mesmo os mais ingênuos não consideram reais os episódios oferecidos pelo teatro e pelo cinema. Talvez ainda mais: não se acredita inteiramente neles” (p.81).

Renunciando a apontar conclusões a partir destes dados, Adorno afirma, contudo, que *“se vislumbra aí um chance de emancipação que poderia, enfim, contribuir algum dia com sua parte para que o tempo livre se transforme em liberdade* (p.82).

Esta parece ser uma interessante pista a ser perseguida a fim de que se perspective uma intervenção emancipatória na formação cultural, no que diz respeito ao campo da cultura esportiva e de movimento. Disso tratar-se-á no próximo capítulo. Agora, resta tentar descrever o cenário delineado pelo discurso midiático sobre exercício físico e esporte, utilizando como lentes de observação os conceitos anteriormente referidos.

1.5. Exercício Físico, Esporte e Mídia: transformações decorrentes do novo cenário

Na versão original do projeto deste estudo, a estrutura de organização do presente capítulo previa a elaboração de dois tópicos finais, em que, sucessivamente, seriam analisados i) as alterações decorrentes das novas tecnologias da mídia a serviço do esporte e das atividades físicas e ii) as mudanças ocorridas neste campo em consequência do processo de sua incorporação aos interesses da indústria midiática. Mais recentemente, entretanto, a partir da leitura de material jornalístico, constituído de cadernos e reportagens especiais em revistas e jornais, além de alguns textos acadêmicos pioneiros, que introduzem a reflexão ou reproduzem debates sobre o tema, solidificou-se a convicção de que nem mesmo para efeito didático esta

separação pode ser considerada pertinente. Baseado nestas novas fontes, entendeu-se que a interpretação deste cenário em processo de consolidação deve levar em conta a perspectiva da sua totalidade, vez que as mudanças atualmente observadas, tanto no esporte como na mídia, não apresentam um critério de precedência, de um campo em relação ao outro, mas, ao contrário, são produzidas numa lógica de reciprocidade. Isso pode ser comprovado, por exemplo, pelo fato de empresas da área de comunicação de massa integrarem a linha de frente dos grupos financeiros que vêm se tornando parceiros do sistema esportivo no mundo inteiro, assumindo, inequivocamente, a interface *mídia-esporte* como o fulcro dos interesses comuns, o que, aliás, já havia sido denunciado pelos jornalistas Simson e Jennings (1992), em *Os Senhores dos Anéis*, obra que se dedica a examinar a transformação do sistema olímpico internacional em máquina de produzir poder e fortunas.

Destacam-se, atualmente, os investimentos realizados na direção de explorar o mercado consumidor diferenciado, possibilitado pelo sistema de canais de televisão por assinatura, realidade já consolidada na Europa e EUA, e grande filão que recém começa a ser prospectado na América Latina. Calcula-se que, nos próximos seis anos, o número de assinantes de canal por cabo ou satélite no Brasil passará dos atuais 2,5 milhões para algo superior a 10 milhões, o que dá a dimensão da perspectiva de crescimento previsto para este segmento e da importância atribuída aos eventos esportivos para constituição das respectivas grades de programação (Assumpção, 2000-a).

Como exemplo do sucesso dessa associação entre esporte e mídia, pode-se citar o fato de que a News Corporation, conglomerado de empresas do ramo das comunicações, de propriedade do magnata australiano Rupert Murdoch, tem na sua rede de canais por assinatura British Sky Broadcasting (B. Sky B.) - que apresenta a maior grade de programação esportiva de um canal não dedicado exclusivamente ao esporte²⁵ - a filiada mais lucrativa da corporação (Moraes, 1998).

²⁵ A News Corporation tem seu próprio canal esportivo por assinatura, a Fox Sports. Recentemente, ela formalizou associação à Rede Globo, através da sua filiada brasileira, a ESPN Brasil, que era distribuída com exclusividade pela sistema TVA. Com isso, a Globosat passou a oferecer aos assinantes os dois canais esportivos por assinatura produzidos no Brasil: a ESPN Brasil e a Sport TV (Folha de São Paulo, 19/10/2000). O terceiro canal em língua portuguesa, a PSN, do Fundo HMTF, é transmitida desde Miami.

Veja-se o que o empresário tinha a dizer, já em 1996, sobre esta parceria:

“O esporte é o melhor chamariz para a televisão. Dá sobrecarga ao restante da programação, pois incentiva os telespectadores a assinarem TV a cabo ou por satélite.(...) Temos a intenção de usar o esporte como ariete e principal produto de oferta em todas as nossas operações de televisão por assinatura.” (citado por Moraes, 1998, p.202).

O acerto desta previsão e sua satisfação com os resultados parecem incontestáveis, já que, três anos após, visando ampliar a ligação entre esporte e mídia, a B. Sky B. tentou adquirir o controle acionário do mais popular clube de futebol da Inglaterra, o Manchester United, ao custo de aproximadamente um bilhão de dólares, manobra frustrada por interferência da Secretaria de Comércio britânica, por considerar a prática passível de constituir monopólio (Pozzi, 1999).

Igualmente interessante é constatar que o fundo de investimentos Hicks, Muse, Tate & Furst (HMTF), cujos negócios em esporte e mídia - envolvendo equipes de modalidades populares, rede de rádios e de TV a cabo no Texas e em outros seis Estados americanos - permitiram-lhe adquirir experiência e auferir expressivos lucros, direciona agora para a América Latina a expansão de seus interesses na área, em associação com redes locais. Neste sentido, destacam-se: i) lançamento de canal esportivo por assinatura, o Panamerican Sports Network (PSN), já em operação; ii) formalização de contratos de parceria com grandes clubes de futebol e iii) compra acionária da principal empresa brasileira de marketing esportivo (Proni, 1999;). Segundo Ogawa (1999), a estratégia que caracteriza este e os principais grupos que operam no setor dos chamados *big business*, é a verticalização dos negócios, que implica em investimentos que garantam o controle tanto sobre o *hardware* como o *software*, isto é, os meios de veiculação e os direitos de transmissão dos eventos. O maior acionista e controlador do HMTF, Tom Hicks, em entrevista ao jornal Folha de São Paulo (08/08/99), considerou que a aliança entre meios de comunicação e clubes, como propriedades do mesmo Fundo, não oferece maiores perigos à democracia interna do sistema esportivo:

“... já fizemos isso no Texas: nós formamos primeiro uma rede de TV a cabo e depois compramos um time de hóquei e outro de beisebol. A melhor forma de aumentar a audiência e atrair mais anúncios é melhorar os times. [...] Os times brasileiros precisam de dinheiro e nós temos planos para modernizar os estádios, melhorar as equipes. Seja no Brasil, no Texas ou na Europa, é preciso dinheiro para fazer isso”.

De fato, a associação entre empresas de comunicação e esporte parece constituir-se em novo filão comercial, capaz de gerar, como afirma Priolli (1999), "*novos monopólios econômicos*", referindo-se a aquisição de direitos de transmissão dos principais eventos internacionais dos próximos anos pela rede Globo, e também ao arrendamento do departamento de jornalismo esportivo da sua principal concorrente no setor, a rede Bandeirantes, pela sua parceira estratégica, a empresa Traffic. Também merece destaque o papel de operador do processo de integração entre o capital e o sistema esportivo, que é exercido pela mídia, como ponto de convergência de interesses e possibilidades de comercialização. A este respeito, ainda que sem se referir especificamente ao produto esporte, Costa (1998) considera que "*a Indústria Cultural configura-se no intelectual orgânico do mundo contemporâneo*" (p. 191), recorrendo ao conceito gramsciano para explicar a relevância da mídia na organização e formação de consciência da "classe" que se funda a partir de tais interesses estratégicos.

Assim, vai-se constituindo a racionalidade interna deste tópico, sem atentar para critérios de divisão entre aspectos relativos à mídia e aqueles concernentes exclusivamente ao esporte, mas sim perspectivando compreendê-los integradamente, sob a referência das bases conceituais estudadas. Isso possibilitam analisar fenômenos sociais como a tendência à globalização/espetacularização do esporte pela Indústria Cultural, implicando em sua transformação em mercadoria e elemento de colonização do tempo livre dos consumidores. Também se pretende desvelar aspectos da semiformação cultural produzida por este processo, no que se refere ao consumo e práticas do exercício físico/saúde e esporte.

O primeiro ponto que precisa ser considerado é a inserção da cultura de movimento e do esporte em particular na tendência de globalização econômica/mundialização da cultura, o que significa a definitiva adesão do sistema esportivo mundial aos princípios e normas da Indústria Cultural, especialmente no que se refere a atribuição de valor-de-troca aos bens e práticas que envolvem os eventos esportivos. E como tal, a produção da cultura esportiva, parafraseando Adorno, não é mais *também* mercadoria, mas o é integralmente. Balizado pelos aportes fornecidos pelo marco teórico-conceitual buscado para explicar o fenômeno da integração seletiva dos mercados consumidores mundiais, é possível agora tentar compreender como e, sobretudo,

por que o esporte e a cultura do corpo espetacularizados passam a ocupar espaço tão destacado nas programações dos órgãos de mídia e também no cotidiano social de diferentes extratos de populações as mais diversas.

1.5.1. O discurso midiático sobre exercício físico, saúde e estética:

À esta compreensão banalizada da cultura esportiva, incorpora-se uma série de discursos descontextualizados, fragmentados e reducionistas sobre possíveis benefícios advindos da prática do esporte. Sua alegada relação com melhoria da sociabilidade e das condições orgânicas de saúde, a apropriação de valores morais desejáveis e, principalmente, a obtenção das formas estéticas socialmente reconhecidas como ideais, é potencializada pelo discurso midiático que, por sua capacidade de recorte/recriação da realidade, consegue produzir evidências confirmadoras e obscurecer os argumentos contrários. Percebidos como temas articulados a possíveis filões comerciais e espaço para veiculação ideológica, estes discursos paralelos, mas altamente convincentes, precisam de esclarecimento no estudo sobre a cultura de movimento e esportiva mediada pela indústria da comunicação de massa.

Neste sentido, vale observar a cultura narcísica, fartamente difundida na sociedade administrada a partir da substituição dos significados emancipatórios das produções do espírito pela valorização mistificadora da imagem, que determina a busca em referenciar-se, a qualquer custo, em parâmetros pressupostos para a beleza física. O projeto de construção social de um ideal de formas corporais, sempre presente no processo civilizatório, alcançou agora dimensões tais que o diferente não é mais apenas isso, mas antes de tudo, tornou-se descartável – incluída neste processo perverso a questão etária: sobretudo, perdeu-se o direito à dignidade de ser velho! O estranhamento experimentado por aqueles que estão fora dos critérios de normalidade determinados parece reproduzir o isolamento social imposto aos acometidos de doenças infecto-contagiosas e deformantes, nos séculos passados, observada a devida relatividade que tal comparação exige. O “castigo” para quem se opõe submeter-se ou é incapaz de alcançar os cânones estético-culturais do corpo esbelto da modernidade é um progressivo “sentir-se

incomodado” pelos entraves de convivência social que são impostos, tanto explícita quanto subliminarmente. Limitações que vão desde as dificuldades em adequar-se a produtos de uso comum, como roletas de ônibus e poltronas de cinema, até as de encontrar roupas de padrões modernos, já que estas, normalmente, são produzidas a partir de cortes que contemplam as formas corporais preconizadas.

Associadamente a este descobrimento²⁶ do corpo, desenvolve-se exacerbado apelo à sensualidade, com o conseqüente apressamento da infância e extensão da adolescência, faixa que concentra os padrões de consumo dos bens produzidos pela Indústria Cultural. A recente polêmica envolvendo as atletas da seleção brasileira feminina de vôlei, que foram multadas pela Liga Mundial por se recusarem a adotar o novo uniforme obrigatório, composto de peça única colada ao corpo (macaquinho), segundo elas incômoda e sexy demais, parece mostrar que a competência técnica não é mais suficiente para o espetáculo esportivo (Medeiros, 1998), exigindo-se novas formas de apelo midiático, cuja ética é, uma vez mais, questionável.

Aliás, os meios de comunicação de massa, porta-vozes por excelência da nova corporalidade²⁷, amplificam sobremaneira tais preceitos através de reprodução exacerbada dos padrões desejáveis, representada pela figura produzida de ídolos a serem copiados. Conforme Adorno, na semicultura, as produções do espírito passam a ser valorizadas não mais pelo caráter inovador do seu conteúdo, mas pela capacidade de adaptar-se às necessidades de forma, artificialmente construídas pela Indústria Cultural (1996). Esta opressão social por tornar-se igual provoca corrida pela busca irrefreável em obter as tatuagens e símbolos culturais apontados como identificadores da nova verdade. As cirurgias plásticas para correção dos olhos amendoados a que se submetem os jovens japoneses não se deve, certamente, à tentativa de verem melhor o mundo, senão de “verem-se” melhor no mundo globalizado, por definição,

²⁶ O verbo “descobrir” pode ser aqui entendido tanto no sentido de encontrar como no de desnudar.

²⁷ Expressão utilizada para demarcar a diferença significativa que há entre o corpo-vivido e o corpo-objeto na tradição filosófica. Ao primeiro, entendido como manifestação integral do Eu, corresponderia o termo corporeidade, enquanto que ao outro estaria relacionado à expressão utilizada no texto – corporalidade -, servindo para explicitar os aspectos mensuráveis do corpo físico. Segundo Kunz (1991), na língua alemã, há diferentes vocábulos para expressar tal diferença: enquanto *Leib* significa o corpo-vivido ou relacional, *Körper* refere-se ao corpo-objeto ou substancial.

ocidental. Além deste tipo de recurso extremo que é o da cirurgia, recorrem-se a outros, como as drogas que são abertamente anunciadas na mídia, ou dietas milagrosas, capazes de transformar, do dia para a noite, o que milhões de combinações de genes foram legando, de geração à geração, em séculos de descendência²⁸. Ao lado destes artifícios, coloca-se ênfase nos exercícios físicos, cultura utilitarista que se apropria, enquanto discurso, da constatação antropológica da sedentarização da “sociedade transportada” para justificar a imperiosa necessidade da prática regular de atividades físicas como elemento integrante de um estilo de vida ativa²⁹, que resultaria em melhores condições estéticas e de saúde.

Imbricadamente ao conteúdo pragmático das mensagens simbólicas da cultura do “corpo-perfeito”, veiculadas pela mídia, e inclusive utilizando-se deste próprio meio (extrapolando as restritas instâncias acadêmicas), retoma-se discurso científico legitimador, que pressupõe a relação sempre positiva entre a adoção de programa de exercícios físicos e a obtenção de melhorias na qualidade de vida³⁰. As estratégias para a construção deste discurso, como demonstram Gonçalves e Pires (1999), implicam a associação entre a massificação da informação, com a colaboração de consultores técnicos - sempre dispostos a usufruir, em benefício próprio, do impacto de estarem na mídia, como denuncia Bourdieu (1997) - , e a estratégia da “culpabilização da vítima”, conforme se referem Quint e Matiello Jr. (1999), que transfere para o indivíduo a responsabilidade tanto pela “escolha” entre estar ou não saudável e em boa forma física, quanto por todas as consequências resultantes desta sua “opção”. Segundo estes autores, o exercício físico, destituído dos sentidos emancipatórios do se-movimentar humano pela ideologia do mercado, é imposto à sociedade através desta aliança entre ciência e mídia, e consumido como o remédio amargo oferecido pela “cultura do medo e da culpa” contra a

²⁸ Isto parece que deixará de ser um impedimento, diante dos avanços da Engenharia Genética e da prometida possibilidade de manipulação dos códigos de DNA's, a partir da conclusão do Projeto Genoma.

²⁹ Essencialmente, deixando de considerar que *estilo de vida* (hábitos, atitudes e comportamentos pessoais) deve ser tomado como um elemento decomposto, integrante, juntamente com as *condições de vida* (remuneração própria ou resultado de políticas públicas que assegurem o acesso a bens de consumo coletivo), do *modo de vida*, isto é, a forma de inserção (ou exclusão) do cidadão na sociedade de classes e em postos no mercado de trabalho (cf. Paim, 1997).

³⁰ A discussão sobre as relações entre atividade física, saúde e qualidade de vida tem, entre outros enfoques possíveis, o sugerido em ponto de vista publicado por Pires; Matiello Jr.; Gonçalves (1998), que propõem abordá-la a partir do uso indiscriminado deste conceito nos meios de comunicação de massa e na Educação Física/Ciências do Esporte.

dor de sentir-se diferente ou não saudável, desconsiderando a multifatoriedade que caracteriza as causas e as possibilidades de ação nesta área.

1.5.2. Esporte e mídia: do jogo ao telespetáculo

Atualmente, o esporte parece ser o parceiro preferencial da espetacularização na mídia televisiva porque oferece, em contrapartida, o show já pronto. O cenário, o roteiro, os atores, os espectadores e até os (tele)consumidores estão antecipadamente garantidos, o que facilita a sua transformação em produto facilmente comercializado/consumido em escala global. O espetáculo esportivo, em comparação com outros eventos culturais como o cinema e o teatro, certamente apresenta algumas características diferenciadoras, mas é interessante observar como boa parte destas diferenças agem a seu favor, isto é, contribuem para a sua aceitação e absorção mundializada. Uma delas é a universalização da sua linguagem, isto é, o reconhecimento da sua operacionalidade, normas e códigos, em virtude da uniformidade de seu funcionamento, imposta pelas entidades que o comandam (Ligas e Federações Mundiais, e o Comitê Olímpico Internacional – COI). Assim, mesmo quando a comunicação verbal torna-se limitada, por deficiências no áudio ou desconhecimento do idioma utilizado, a linguagem imagética e simbólica do esporte permite o seu entendimento em todos os lugares. Também contribui para sua adequação à mídia televisiva a indeterminação *a priori* do seu desenvolvimento e resultados, o que confere certa aura de suspense e incerteza ao espetáculo esportivo, além da sensação de relativa interatividade do torcedor com os atletas, ainda que mediado pela televisão, mas de grande eficácia na obtenção/fixação da audiência. Neste sentido, Dumazedier afirma que:

“a peça (espetáculo esportivo) não é escrita antes de ser representada, mas sim concomitantemente; e o público, mais do que em qualquer outro espetáculo, tem a impressão de que contribui para a escrita, compartilhando, em espírito e em gesto, as esperanças e angústias dos atores”. (1979, p.10)

O processo de transformação do esporte em espetáculo de fácil consumo no mundo inteiro atinge agora uma etapa aguda, em que sua reapropriação social é proporcionada, preferencialmente, pelos meios de comunicação de massa. A primeira fase de espetacularização

obrigou o esporte a submeter-se à linguagem televisiva para alcançar maior eficácia no seu papel, até então predominante, de veículo privilegiado para mercadorização de bens e serviços de alguma forma identificados com a atividade esportiva (Pires, 1998). Para isso, a primeira alteração procedida, logo a seguir ao consentimento para inclusão de publicidade nos uniformes, foi a aprovação de mudanças significativas nas regras de diversas modalidades, como condição para serem incluídas nas grades de programação televisiva. Isto implicou sobretudo a redução dos tempos inativos e da própria imprevisibilidade do tempo total da disputa, além do estabelecimento de paradas programadas para introdução de material publicitário no decorrer dos jogos. Entre outras medidas, paralelamente adotadas, estas parecem ter sido decisivas para consolidar a integração de diversas modalidades ao universo televisivo, cujos dirigentes foram alertados, ainda em 1993, pelo próprio Presidente do COI, Juan Antonio Samaranch, para quem

“os esportes que não se adaptarem à televisão estarão fadados ao desaparecimento; da mesma forma, as televisões que não souberem buscar o acesso aos programas esportivos jamais conseguirão sucesso financeiro e de público” (citado por Nuzzman, 1996, p. 15).

Vencido o momento inicial de adaptação do esporte a esta nova fase espetacularizada, em que se pauta pelo seu potencial econômico (e face à sua aprovação, com méritos, como “garoto-propaganda”), percebe-se que ele próprio, o esporte, torna-se agora a mercadoria a ser negociada, seja, principalmente, os direitos de transmissão, seja ainda o conjunto de oportunidades de comercialização de outros bens e serviços, criado pela magnitude das cifras envolvidas. Todavia, para que possam obter a audiência necessária, capaz de tornar rentáveis os investimentos realizados em marketing, extrapolam-se os limites possíveis de presença nos estádios e ginásios, e seu consumo torna-se predominantemente viabilizado pela indústria midiática, o que implica submeter-se, cada vez mais, à sua lógica e códigos de produção/veiculação. Pozzi (1999) considera tratar-se de uma parceria indissolúvel e com tendência a crescer, vez que, se a TV populariza as modalidades, tornando-as mercadoria bem aceita no mercado mundial, também o esporte proporciona benefícios para a TV. Segundo ele,

“o esporte se tornou um produto perfeito para satisfazer aos dois mercados da TV: o telespectador, que cada vez mais consome esporte (as maiores audiências da TV mundial são de eventos esportivos), e o mercado publicitário, atraído pelas grandes audiências junto aos seus públicos-alvo”(p. 67)

A principal fonte de recursos gerados pelo esporte, que é a venda dos direitos de transmissão dos principais eventos internacionais e mesmo nacionais (naqueles países cujo nível de organização do sistema esportivo confere segurança ao planejamento das redes de televisão), passa a ser objeto de vultuosas transações financeiras, com cifras sempre crescentes. Só o futebol, carro-chefe do “negócio do esporte”, movimentava em torno de 250 bilhões de dólares anuais no mundo todo (Pozzi, 1999). A aquisição dos direitos exclusivos de transmissão dos jogos das Copas do Mundo de Futebol de 2002 e 2006 para o Brasil, via rádio, TV e Internet, foi concretizada pela Rede Globo, em dezembro de 1998, pela quantia total de 383 milhões de dólares. A transação, através da Traffic, foi feita com a ISL (*International Sports Leisure*), empresa suíça de marketing esportivo que detém a exclusividade dos negócios da FIFA e do COI. O valor total para aquisição do privilégio da comercialização mundial dos direitos de transmissão das duas próximas Copas custou à ISL a quantia de 2,2 bilhões de dólares (Folha de São Paulo, 18/12/98).

Outro aspecto característico do processo operado pela Indústria Cultural no mundo administrado, e que pode ser identificado no atual estágio de espetacularização do esporte, refere-se à indiferenciação proposital de que se revestem as suas diversas manifestações, mediadas pela televisão e demais componentes do sistema informacional, bem como a impossibilidade de subsistirem alternativas que não se submetam a esta uniformização. Como se viu, pequenas diferenças verificadas entre os bens culturais veiculados pela Indústria Cultural são, na verdade, estratégias para incentivar o seu consumo, na perspectiva de utilizar a aparente novidade como apelo. Não se trata, porém, de se admitirem inovações que alterem a essência dos produtos da cultura industrializada. Desta forma, cumpre-se a premissa de Adorno e Horkheimer, segundo a qual o poder do monopólio determina que toda cultura de massas se torne idêntica, a tudo sendo conferindo um certo ar de semelhança.

Assim também se dá em relação ao esporte. Não que as diferentes modalidades estejam se tornando assemelhadas, mas o processo de produção, venda e consumo do espetáculo esportivo segue uma ordem análoga, isto é, baseia-se em idênticos procedimentos técnicos e iguais interesses comerciais. A própria atmosfera que cerca o evento esportivo, à semelhança

dos shows de ídolos musicais e de outras manifestações culturais de massa (agora também as religiosas!), guarda entre si grandes similitudes. A disposição em cena dos tópicos mais importantes, de modo a serem melhor captados pelas câmeras de TV, os rituais de estímulo à participação da platéia (ajudada na transmissão eletrônica pela contra-regra, se necessário), a individualização dos “artistas”, etapa de construção e celebração dos ídolos, a dependência cada vez maior em relação aos interesses das cotas de publicidade e patrocinadores, a adaptação ao formato imposto pelos meios de reprodução massiva, a modernização conservadora que fornece nova embalagem para velhas práticas (Helal, 1997), enfim, estes podem ser apontados como sendo alguns dos traços comuns que identificam hoje o espetáculo esportivo, independentemente se ele é jogado com os pés ou mãos, praticado na grama, na piscina ou piso de resina sintética. Até mesmo os chamados esportes de aventura na natureza, práticas de movimento realizadas em ambientes, em tese, preservados, acabam por subsumirem-se à espetacularização para se tornarem economicamente viáveis, passando a acontecer em locais tão alterados que *“transformam a natureza em estúdio de TV ou o estúdio de TV em natureza”* (Betti, 1999, p.399).

Opor-se a esta nova ordenação do fenômeno esportivo pode representar a diferença entre situar-se sob a luz dos refletores ou ocupar, se tanto, os cantos mais obscuros deste palco que se constitui para a representação da cultura esportiva. Uma das formas utilizadas pelo novo poder que se instaura sobre o sistema esportivo, a fim de desestabilizar ou mesmo inviabilizar as ações programadas por federações que se rebelam ao modelo gerencial, consiste na duplicação do sistema original, isto é, uma espécie de clonagem aperfeiçoada, na forma de Ligas autônomas, balizadas por índices técnicos e grandes recompensas financeiras. Diante disso e em vista também da maior visibilidade conferida pela indústria midiática, por sua vez contemplada com a adequação daquela modalidade ao seu formato, é comum que ocorra transferência em massa de protagonistas do espetáculo esportivo associativo (atletas, técnicos, dirigentes, etc.) para essa nova entidade. Normalmente, o estrangulamento do sistema federativo acaba por provocar um reencontro e a convivência mais ou menos pacífica entre ambas, como foi o caso do voleibol mundial.

Embora apresente algumas características próprias, um outro aspecto que, de certa maneira, insere-se neste mesmo tópico, é o que define categorias diferenciadas para a oferta e consumo do produto “esporte mediado”, de acordo com as condições econômicas dos consumidores. Algumas Ligas e Federações começam a assumir a geração de seus eventos, associadamente a redes de televisão independentes ou até mesmo por meios próprios, promovendo a sua distribuição através de produções diferentes para diferentes públicos. É o que acontece, por exemplo, desde o ano de 1999, com a transmissão das corridas automobilísticas da Fórmula Um (Folha de São Paulo, 12/12/99). Os telespectadores da televisão aberta contam com número e qualidade de recursos bastante inferiores aos presentes na transmissão disponibilizada pelo canal por assinatura da própria federação, a FOA TV: são menos câmeras, poucas colocadas dentro dos carros (que transmite a sensação de se estar com o piloto, dentro do *cockpit*), tomadas apenas convencionais dos boxes, proibição de filmagens por câmeras exclusivas das emissoras nos pátios internos do autódromos, etc. Isso faz com que o espetáculo assistido pelos telespectadores sem acesso ao canal pago tenha uma qualidade inferior, ainda que, mesmo assim, tenham possibilidades de acompanhar o evento. Já o assinante não apenas poderá acompanhar as provas com melhores recursos técnicos de geração como, além disso, poderá consumir a F 1 em todos os seus detalhes constitutivos, como treinos, informações sobre aperfeiçoamentos tecnológicos, vida social dos pilotos, etc. Em síntese, trata-se de uma duplicação do já duplicado espetáculo esportivo, como representação do real que é, que implica em aumento das possibilidades de investimentos e lucros financeiros para todos os agentes envolvidos na sua veiculação.

Com a imperiosa necessidade de tornar-se um espetáculo mediado, isto é, consumido através dos mecanismos da mídia eletrônica, o esporte passa a ser, assim, teleapresentado, agregando em si todos os códigos, recursos e limitações técnicas do meio televisivo, resultando no que Betti (1998-a) denomina *teleespetáculo*, ou seja, uma realidade textual autônoma, tecnicamente reconstruída no tempo/espaço virtuais decorridos entre a sua captação, nas próprias instalações esportivas, e a sua recepção através nos aparelhos domésticos de televisão. Se atende às exigências econômicas do marketing, no sentido de multiplicar a audiência no mundo inteiro para obter os esperados retornos financeiros ao capital investido através de cotas

de publicidade e outros mecanismos, este processo de reconstrução eletrônica da experiência tem também consequências diretas na significação atribuída por cada receptor, subjetivamente construída na interação entre conteúdo-forma da mensagem e os mecanismos de mediação de cada receptor. Este aspecto será tratado de forma mais aprofundada no Capítulo 2.

1.5.3. Televisão e a mediação tecnológica do esporte

Introdutoriamente, reafirma-se o que já foi destacado em texto anterior (Pires, 1997): com a aplicação das novas tecnologias de comunicação no campo da transmissão eletrônica do esporte, o espectador, presente ao local da disputa, e o telespectador, que assiste através da televisão³¹, consomem espetáculos diferentes!

Para fundamentar tal afirmação, vejam-se contribuições especializadas trazidas pelo diretor de jornalismo esportivo da TV alemã ZDF, em seminário realizado recentemente no Brasil (Hatting, 1998). Segundo ele, a assistência "ao vivo" e pela televisão de um mesmo espetáculo esportivo tem, como diferença fundamental entre si, a técnica de recolhimento e processamento das imagens.

Por um lado, destaca que a lente da câmera tenta reproduzir a dinâmica do olho humano, mas não é, sob hipótese alguma, o olho humano. O ângulo de visão do olho é superior a 100 graus, mas, devido a impossibilidade de registrar com a mesma nitidez as imagens que são captadas neste vasto campo visual, o cérebro vai realizando, às vezes inconscientemente, operações de seleção e fixação da imagem processada, que obedecem às dimensões de largura, altura e profundidade (tridimensional). Desta forma, quem assiste o espetáculo diretamente, consegue perceber a mecânica do jogo na sua totalidade, não apenas a parte onde está

³¹ Isso sem considerar as diferenças de condições de televisualização nas opções de canais de sinal aberto, por assinatura (cabo ou satélite) e no sistema *pay-per-view*.

ocorrendo o principal envolvimento de atletas³². Pode, inclusive, acompanhar outros fatos, que ocorrem para além do espaço próprio de disputa, como movimentações das torcidas. Esse procedimento de modulação da imagem é reproduzido tecnicamente pela televisão através das variações de enquadramento, que significa diferentes ângulos de abertura da lente. Por dispor de diversas câmeras, a televisão consegue fazer diferentes tomadas, esquadrihando razoavelmente o espaço objetivado. Todavia, como apenas uma destas imagens captadas pode ir ao ar de cada vez, quem faz a escolha sobre o objeto apresentado e a natureza da tomada é o diretor de imagem, situado num estúdio, tendo à sua frente tantas telas quanto são as câmeras em atividade. É ele quem faz as opções, isto é, determina aquilo que o telespectador vai ou não ver, substituindo provisoriamente o cérebro do telespectador nesta tarefa. Isto parece vir ao encontro da observação de Adorno e Horkheimer, lembrando que, na sociedade administrada, é inerente à Indústria Cultural a intenção de evitar ao (tele)espectador qualquer necessidade de esforço intelectual, visando eliminar sua capacidade crítico-reflexiva.

Para além das implicações produzidas por este descolamento entre intenção e resultado sobre a construção da subjetividade do telespectador, há também a questão dos interesses que norteiam estas escolhas, os quais, em se tratando de um evento comercial (estágio atual do esporte, como se observou), logicamente são também comerciais, ainda que no limite do detalhamento técnico da linguagem televisiva. Por exemplo, o diretor de imagem não vai ordenar um *close* (tomada fechada) sobre a bola, visando expor a logomarca do fornecedor/anunciante quando ela estiver em movimento, pois além de ser uma temeridade técnica pela possibilidade de prejuízo à qualidade da imagem, também contraria o mecanismo de reprodução da dinâmica do jogo. Todavia, se o interesse comercial determinar, este *close* poderá ser ordenado num momento inativo do jogo, inclusive quantitativamente acordado entre as partes interessadas

³² Há um aspecto interessante que pode ser percebido na comparação entre transmissões de jogos de futebol em campeonatos europeus – especialmente o alemão - e o brasileiro: enquanto nos primeiros, tende-se a “abrir a tomada” (*long-shot*), buscando alcançar o maior contexto possível ao lance principal, no Brasil a técnica televisiva procura focar o detalhe, individualizando a jogada objetivada. Isso pode ser atribuído às diferenças entre as próprias escolas de futebol, já que na Europa há um maior senso coletivo no esporte, enquanto que aqui a ênfase é no protagonista, no craque. Extrapolando, poder-se-ia inferir que o enfoque historicocultural de análise deve ser ampliado, já que se insere no próprio processo civilizatório latinoamericano, de origem ibérica, pautado pela personificação dos fatos históricos, o que faz com que sejamos um continente de muitos heróis, cultuados como “conquistadores”, “libertadores”, etc., e um número infinitamente maior de coadjuvantes solenemente ignorados!

quanto ao tempo de exposição, quando uma ação secundária estiver se processando (uma substituição, por exemplo). A exposição do telespectador a esta imagem leva-o a fixar, de forma inconsciente, o produto anunciado, numa estratégia subliminar de persuasão publicitária.

Por outro lado, continua Hatting (1998), até mesmo superando a capacidade de processamento do cérebro humano, a televisão tem a oferecer uma infinidade de recursos técnicos que podem espetacularizar ainda mais o evento esportivo. O show de imagens produzidas pelas câmeras colocadas em lugares estratégicos parece levar o telespectador a deslocar-se pelo estádio, vendo o lance dos mais diferentes ângulos. Estas imagens podem ser revistas através de repetidos *replays*, que possibilitam ainda maior detalhamento por meio de recursos como o *slow-motion*, o quadro-a-quadro, a imagem reconstruída digitalmente no computador, a justaposição de imagens de arquivo, a inserção de parâmetros técnicos e estatísticos, etc. Estas são condições tecnológicas que visam compensar a substituição da experiência subjetivamente vivida pela mediação televisiva. Em outras palavras, é uma tentativa de substituir a aura que integra as produções culturais originais, eliminada quando de sua reprodução técnica, por uma atmosfera artificialmente aurática, produzida pela televisão (Hatting, 1998).

Obviamente, na aplicação destes recursos também podem estar presente os interesses comerciais a determinar os procedimentos técnicos. Neste sentido, são de todos conhecidos os resultados da associação entre a Rede Globo e a cervejaria Brahma na transmissão da Copa do Mundo de Futebol de 1994³³. Da mesma forma, já começa a tornar-se realidade, inclusive regulamentada pela FIFA (Assumpção, 1998), a estratégia de inserção de publicidade virtual nas transmissões esportivas, permitindo que o mesmo espetáculo, em diferentes praças de consumo, veicule mensagens de propagandas de diversos anunciantes. Através de um software para

³³ Naquela ocasião, a Brahma não figurava como patrocinadora oficial do evento, mas conseguiu adquirir algumas placas de publicidade no interior dos estádios em que o Brasil jogaria. Contratada pela cervejaria, a Rede Globo fez autênticos malabarismos visuais para incluí-las em suas transmissões, a ponto de proceder enquadramentos totalmente atípicos para que os jogadores brasileiros aparecessem comemorando gols frente a elas, num expediente pouco ético chamado "*ambush marketing*" (Andreu, 1996)

digitalização de imagens, podem ser sobrepostas sobre a *worldfeed*³⁴ mensagens de diferentes patrocinadores, atendendo a interesses locais/regionais e multiplicando, desta maneira, a capacidade de venda das cotas publicitárias de um mesmo evento.

Assim, para melhor ou para pior, parece correta a afirmação de que são diferentes os espetáculos assistidos diretamente ou mediados por processos informacionais.

1.5.4. A mediação tecnológica do tempo livre como substituição da experiência formativa

Cumpra agora referir à utilização de tais procedimentos midiáticos, seja a transmissão massiva de eventos esportivos, seja a regular apresentação/comercialização de programas e aparelhos de exercício físico, como estratégia ideológica de colonização do tempo livre dos indivíduos.

Conforme afirmam os teóricos críticos da Escola de Frankfurt revisitados neste estudo, a Indústria Cultural notabiliza-se pelo oferecimento de cultura de entretenimento, tipo específico e simplificado de bens culturais para fruição (vivências imediatas) nos momentos em que o cidadão encontra-se dispensado do trabalho para recuperação das suas forças produtivas. Deste modo, ela ocupa-se de ocupá-lo com manifestações que se caracterizam tanto pela indução à passividade como pela profunda semelhança entre si e com a lógica do trabalho, isto é, que contém os princípios e normas do mundo produtivo aos quais todos já se encontram acostumados. Transportado para o campo da cultura de movimento e esportiva no atual estágio da sociedade do capitalismo tardio, pode-se perceber que o discurso midiático preocupa-se em prover de sentidos adaptadores a massa de signos sociais que reproduz implicitamente ao espetáculo esportivo teleapresentado. A começar pela quantidade da oferta, representada por um sempre crescente número de eventos, torneios, campeonatos, desafios, etc., veiculados via rádio

³⁴ Imagem padrão, distribuída pela emissora geradora do “sinal” da cobertura esportiva para as demais retransmissoras, também detentoras de direitos de transmissão.

e canais de TV aberta e por assinatura, e repercutidos pela “falação esportiva”, que inclui ainda os jornais e revistas (Eco, 1984).

Concentrando-se em algumas modalidades, mais facilmente subsumíveis pela linguagem televisiva, a Indústria Cultural inunda o tempo livre dos segmentos sociais médios e assalariados com atrações que representam mecanismos, visando neutralizar tanto o esforço físico, já eliminado quando o esporte enquanto espetáculo passa preferencialmente a ser “*o jogo jogado por outros e visto por mim*” (Eco, 1984, p.222), quanto o intelectual, na medida em que todas as informações, comentários e intervenções imagéticas e verbais da transmissão esportiva apresentam, como produto já pronto e acabado, tudo aquilo que o consumidor precisa saber. Neste sentido, pela crescente capacidade de fornecer o espetáculo esportivo em sua totalidade, inclusive a sua dimensão virtual, usufruindo da tecnologia a seu serviço, a mídia passa a ser a principal produtora dos sentidos e significados válidos/validados socialmente sobre esporte. Conforme o autor, desta forma “*o esporte passa a ser, essencialmente, um discurso da e sobre a imprensa esportiva*” (1984, p.223, grifos no original), ao qual, resta ao cidadão, adaptar-se. Isso faz da cultura esportiva conformada pela indústria midiática uma cultura desencarnada, desprovida do potencial crítico-reflexivo que caracteriza a formação cultural autêntica. Ainda segundo Eco, desta maneira “*o esporte desempenha o seu papel de falsa consciência*” (p.224).

Parece interessante desenvolver um pouco mais a passagem anterior, que aponta para a substituição da vivência do esporte por sua assistência mediada pela TV, face as conseqüências que gera na composição da atual cultura de movimento. Complementando a expressão, pode-se afirmar que se trata de dupla substituição, vez que a experiência sensível de praticar o esporte já havia sido trocada por um outro tipo de vivência que é a de assistir diretamente, no espaço próprio da disputa, ação agora também progressivamente abandonada em favor da mediação eletrônica disponibilizada³⁵. Em outras palavras, têm-se agora a troca do espectador presente,

³⁵ Não se trata de desconhecer o conjunto de fatores frequentemente apontados como entraves que desestimulam a presença do torcedor aos estádio e ginásios (dificuldades de acesso, desorganização dos serviços, violência, excesso de jogos, horários inconvenientes etc.). Todavia, questiona-se se estes são realmente fatores fora de controle ou se, conforme Adorno e Horkheimer, trata-se de “disfunções” ou “incorrecções calculadas” do próprio sistema colonizado pela Indústria Cultural, objetivando justamente incentivar a mudança da forma de consumo do espetáculo esportivo.

que anteriormente havia substituído o praticante, pelo telespectador. Preliminarmente, em suas reflexões sobre a semiformação cultural, Adorno (1996) já havia feito a denúncia dos limites impostos à capacidade reflexiva, provocados pela exclusão da experiência em troca da superficialidade da informação aligeirada:

“A experiência – a continuidade da consciência em que perdura o ainda não existente e em que o exercício e a associação fundamentam uma tradição no indivíduo – fica substituída por um estado informativo pontual, desconectado, intercambiável e efêmero, e que se sabe ficará borrado no próximo instante por outras informações.” (p.405)

Aliado a isso, a ausência da experiência formativa, substituída pela assistência, tanto “ao vivo” quanto pela televisão, faz com que o esporte perca a oportunidade de desenvolver sua dimensão emancipatória, apontada por Adorno (1995), e que pode ser percebida como a aprendizagem social decorrente da ênfase no *fairplay*, no cavalheirismo e no respeito ao mais fraco. O autor sugere estar nesta substituição da prática esportiva pelo seu consumo passivo a raiz da ambiguidade que percebe no esporte, por conter tanto a possibilidade de promover efeitos antibarbáricos quanto o seu oposto, o qual se manifestaria na *“agressão, brutalidade e sadismo, principalmente no caso dos espectadores, que pessoalmente não estão submetidos ao esforço e à disciplina do esporte”* (p.127), isto é, não teriam usufruído dele como experiência formativa.

Perseverando na análise crítica em relação ao consumo mediado do esporte, retoma-se aqui o pensamento de Betti (1998-a). Frente a teorias do lazer que apontam para as suas dimensões de *prática, consumo e conhecimento* e, ao mesmo tempo questionam a aludida superioridade da primeira sobre as demais, Betti vê limites para sua aplicação quanto ao esporte, quando se trata do consumo passivo mediado pela televisão. Todavia, admite que

“a mídia exerce uma função de conhecimento [...] publicamente partilhado no campo da cultura corporal de movimento. Há aulas de ginástica aeróbica na TV; médicos concedem entrevistas falando dos benefícios e dos riscos da atividade física; comentaristas nos informam sobre táticas e regras em vários esportes; revistas femininas e para adolescentes receitam exercícios para diminuir a ‘barriga’ ” (p.149).

Apesar de não ter sido objetivo buscado pelo autor, talvez seja conveniente analisar o tipo de conhecimento que a mídia costuma veicular através das estratégias citadas, para se perceber

em que direção aponta a cultura esportiva que se vem produzindo por tal meio. No campo das relações entre atividade física, saúde e estética, já se teve a oportunidade de destacar anteriormente a respeito da aliança formada entre ciência e mídia, em que o discurso legitimador daquela une-se à capacidade de reprodução ampliada desta, dividindo entre si os lucros advindos de versões reducionistas e mistificadoras desta realidade, incentivando o consumo de bens e serviços disponibilizados. Ainda mais: na perspectiva de que, na Indústria Cultural, a mercadorização dos produtos culturais insere um componente ideológico de disseminação de valores (um “estilo de vida”, na compreensão de Ortiz, 1994), é de se ressaltar que os conceitos idealizados de saúde, corpo e beleza, implícitos na oferta de revistas e programas de ginástica na TV, e de máquinas e aparelhos para exercitação física a domicílio, explicitam uma concepção funcionalista da sociedade, fundada no individualismo e orientada a fins racionalistas estáticos. Entendidos como filtros ideológicos que se interpõem e redirecionam a relação entre sujeito e realidade (Adorno, 1996), esses *ideais* veiculados atuam como desvios que impedem o acesso da não-cultura à consciência crítica. “Informados” do dever de alcançá-los a qualquer custo, os sujeitos são (auto)impedidos de refletir sobre sua importância e veracidade. Apresentados como padrões de consumo, adquirem o caráter de mercadoria, cujo fetiche conquista o espírito e produz a semiformação (Adorno, 1996).

Da mesma forma, por igualmente promover a semicultura, condena-se, no discurso midiático, a supervalorização da prática entendida como puro ativismo porque desprovida da reflexão necessária para constituir-se em experiência formativa. Nesta direção, aplicadamente ao esporte, pode-se observar esse processo a partir da composição das equipes de profissionais que atuam na televisão e, em menor número, no rádio e jornais. Traço comum a ser percebido é a presença de ídolos consagrados do passado, que assumem as funções de comentaristas, com base na presumida autoridade decorrente da antiga competência técnica. Ao lado de árbitros aposentados, igualmente recrutados, estes ex-atletas contribuem duplamente para a consolidação de visão pragmática das relações sociais. Primeiro, já pela simples presença destacada na mídia, a qual insinua que, na sociedade instrumental, prevalece a prática ativista sobre a formação cultural reflexiva, bastando ter sido capaz de “fazer” para ser possuidor também de um “saber” que autorize “explicar” o que está sendo assistido. Em segundo lugar, pelas

posições normalmente assumidas em suas observações e comentários, que se limitam a acentuar aspectos factuais do esporte, para os quais são, via de regra, realmente preparados³⁶.

Uma vez mais, a observação dos valores que são perpetuados por estes intelectuais orgânicos da cultura esportiva, encarregados de manter o espetáculo sob controle (Santos, 1999), apontam para a racionalidade instrumental da sociedade administrada, que se expressa na submissão absoluta aos seus códigos, autoridades e sentidos, aceitação de dupla moral quando sentimentos nacionalistas estão em jogo³⁷, ou exaltação do individual em detrimento da perspectiva da construção coletiva.

Paralelo a isso, a importância da mídia para a semiformação cultural via conhecimento fornecido sobre esporte pode também ser apontada tendo em vista suas estratégias para a construção do ídolo do esporte, que privilegiam a dimensão sociológica da mobilidade e ascensão social fácil. Para reforçar a admiração e a identidade do público para com estes novos heróis, suas biografias são reconstruídas com o auxílio de especialistas em marketing, em que um dos principais cuidados é evidenciar as diferenças sócio-econômicas entre a origem e o atual *status* do ídolo. O bairro pobre e afastado, o campinho acanhado de terra, as dificuldades em deslocar-se até o clube que lhe deu a primeira “oportunidade”, estes são alguns dos aspectos pintados com tintas fortes para contrastar com as benesses alcançadas na nova condição social, simbolizadas pela aquisição de confortáveis residências em áreas restritas, carros importados e outros sinais evidentes de riqueza. Apesar de parecer, de certo modo, um exagero, Vasconcelos (1998) sugere que a moda comum entre os jogadores de futebol, de rasparem os cabelos (normalmente crespos), como é o caso de Ronaldinho, faria parte, junto com o casamento interracial, de estratégia de “branqueamento” da imagem destes ídolos, quase todos de cor negra. De qualquer maneira, a mensagem subrepticamente veiculada neste discurso funciona como

³⁶ O papel de reprodutores da cultura esportiva exercido pelos ex-atletas não se limita a sua participação na mídia: Cavalcanti (1999) cita pesquisa que aponta a presença massiva de ídolos do passado como proprietários e/ou professores de escolinhas de futebol, entre outras profissões também ligadas àquele esporte (técnicos, auxiliares, dirigentes).

³⁷ Se o “nosso” jogador consegue sucesso por meio de expediente ilícito, isto é saudado carinhosamente como uma manifestação da malandragem brasileira; tal complacência não é, nem de longe, admitida quando o transgressor é um “deles”.

confirmação do modelo social hegemônico, apresentado como justo e aberto à mobilidade no interior de suas classes para quem tem competência para tanto, servindo também para promover o conformismo enquanto falso parâmetro para aqueles que não o conseguem.

Efetivamente, concorda-se com Adorno, para quem o esporte, enquanto cultura de tempo livre, constitui-se em protótipo da vida racionalizada, como *“atividade disciplinadora no sentido da aceitação das regras do jogo”* (citado por Vaz, 2000, p. 88), isto é, promotora da semiformação cultural. Isso posto, é possível resumir porque a atual cultura esportiva é uma semicultura, na medida em que: i) serve aos interesses ideológicos de ocupação e controle do tempo livre dos trabalhadores pela Indústria Cultural ; ii) oblitera o canal crítico de que poderia se revestir o esporte enquanto formação cultural, privilegiando apenas o pólo adaptativo e iii) reproduzida na educação, pelo seu caráter dogmático de mistificação das massas, a (semi)cultura esportiva hipostasia o potencial emancipatório daquela, como um anti-iluminismo.

1.6. A Indústria Cultural e a (semi)Cultura Esportiva em detalhes: o futebol brasileiro

A observação dos fatos ocorridos nos últimos dois anos serve para proporcionar a visão de acelerado deslocamento de um setor específico do âmbito esportivo brasileiro, na direção de tornar-se um bem de primeira grandeza na Indústria Cultural. Não que apenas agora o futebol esteja se tornando essa mercadoria que, num movimento ambíguo, é ao mesmo tempo produto e veículo de consumo. Nem que seja o futebol a primeira experiência de cooptação do esporte pelo capital associado a indústria midiática. O vólibol ostenta a condição de pioneiro no processo adaptativo interno do esporte brasileiro. Todavia, em face da grandeza dos números e importância das instituições envolvidas, o caso do futebol torna-se exemplar para o entendimento sobre como se constróem tais relações.

Parece justo que se estabeleça como ponto de corte entre a velha e a nova história do futebol brasileiro a promulgação da lei n. 9615/98, a chamada Lei Pelé, em referência ao ex-craque que, enquanto ministro do primeiro Governo FHC, produziu e conseguiu a aprovação deste novo ordenamento legal para o esporte. Nem tanto pelo que determina, mas principalmente pelo que estimula às entidades administrativas e componentes do sistema esportiva a se transformarem, sujeitas que passam a ser de sanções e controles pelo Ministério Público (Pozzi, 1999). A lógica principal que parece direcionar a Lei Pelé é a de procurar inserir o esporte brasileiro no processo de globalização deste setor, atribuindo sentido de legalidade à mercadorização que já se revelava iminente, em vista do que se podia verificar também em outras partes do mundo. Dito de outro modo, tratou-se de regularizar a “abertura” de mais esse mercado nacional ao capital especulativo externo, a exemplo do que foi feito em diversas áreas estratégicas da economia do país.

Diante da necessidade do estabelecimento de parâmetros que facilitassem e, ao mesmo tempo, trouxessem relativa transparência às negociações envolvendo atletas, clubes, federações, mídia e patrocinadores³⁸, o texto legal visa cercar de algumas proteções os setores mais suscetíveis de serem atingidos pelas manobras do mercado, no caso, os atletas. Na mesma linha de raciocínio, aponta suas lentes para clubes e federações, especialmente a Confederação Brasileira de Futebol (CBF)³⁹, elegendo-os como as principais fontes de sonegação, corrupção e evasão de divisas advindas dos “negócios do futebol”.

³⁸ O espírito mercantilista da lei é expresso em vários tópicos, inclusive no que se revelou mais polêmico, isto é, a regulamentação dos bingos no país, agora sob responsabilidade da Caixa Econômica Federal.

³⁹ O contrato firmado em 1994 entre a CBF e a multinacional de material esportivo Nike foi fortemente contestado por setores da mídia esportiva, alguns dirigentes de clubes e deputados federais, que aprovaram a constituição de Comissão Parlamentar de Inquérito para averiguar interveniência demasiada da empresa nas decisões sobre a seleção brasileira, possíveis desvios de recursos e outros problemas. O *lobby* exercido por deputados vinculados aos clubes havia conseguido impedir a instalação da CPI até que denúncias contra o treinador Wanderley Luxemburgo, associadas ao desempenho medíocre da seleção olímpica em Sydney, não foram mais suficientes para bloqueá-la. As primeiras investigações demonstraram que o contrato CBF/Nike foi repactuado em abril do ano 2000, concedendo exclusividade à multinacional na comercialização dos direitos de imagem, nome e logomarca da Confederação, nas mais diferentes mídias, como TV, filmes, games e transmissões via Internet (Folha de São Paulo, 19/11/2000). Na esteira dos acontecimentos, o Senado da República também instaurou CPI para analisar o chamado “negócio” do futebol brasileiro: evasão fiscal, sonegação e, segundo seu Presidente, senador Álvaro Dias (PSDB/PR), até a verdade sobre o caso Ronaldinho na Final da Copa da França! Apesar do aparente anacronismo da intenção - que atenderia a denúncias de que sua presença naquela partida teria sido exigência da Nike, apesar da convulsão sofrida horas antes -, análise da reforma do contrato CBF/Nike permite observar que, ao menos em duas ocasiões, amistosos da Seleção não foram considerados como integrantes da quota de 50 jogos em 10 anos, cedidos à Nike, em virtude da ausência do jogador da Inter de Milão (Assumpção, 2000-b).

Mais uma vez, como de resto em grande parte da recente história política nacional, os possíveis corruptores, isto é, a aliança estratégica formada pela indústria midiática e empresas interessadas em investir no esporte (fundos, bancos, multinacionais) não mereceu assim tantos cuidados e prevenções. Com a possibilidade de, na prática, tornarem-se as verdadeiras administradoras do futebol brasileiro a partir da referida lei, estas ganharam liberdade de ação para tomarem novas decisões, que vêm se somar a algumas, já criticadas anteriormente, como sobreposição de torneios e campeonatos, e fixação de horários pouco convencionais (às vezes, contraindicados) para a prática do futebol, entre outros.

Aliado a isso, o fato de a maior parte dos clubes brasileiros, senão a totalidade deles, estarem fortemente endividados, seja com empresários do setor, seja em suas obrigações sociais para com o Estado (FGTS, ISS, IR, etc.), e ainda carecerem dos recursos necessários para segurar seus ídolos no país, tudo isso fez com que um procedimento comum entre eles fosse a busca de parceiros para administração e investimentos em seus departamentos de futebol profissional. Após o pioneiro sistema de administração compartilhada entre o Palmeiras e a Parmalat, cujos benefícios ao clube foram possíveis de serem observados tanto quanto se pode, agora, confirmar que mudanças de conduta seriam tomadas se a estratégia comercial da empresa assim o indicasse, novo momento e novas formas de parceria estão sendo adotadas. Em alguns casos, os clubes tornam-se Sociedades Anônimas, tendo suas ações negociadas na Bolsa de Valores, como é o caso do Bahia; em outros, mediante o oferecimento de garantias e a divisão de lucros, os clubes recebem a injeção de recursos para pagamento de dívidas, contratação de atletas e melhoramento das suas instalações esportivas, cujos principais exemplos parecem ser os de Grêmio e Flamengo com a ISL e Vasco da Gama com o *Bank of America*. Há, ainda, as empresas que simplesmente “compram” temporariamente os departamentos, através de um sistema chamado de licenciamento, em que as principais “marcas” que passam a ser negociadas pela empresa-parceira são os direitos de imagem (leia-se: televisionamento) dos clubes. Os casos mais visíveis deste modelo de aquisição são os de Corinthians e Cruzeiro, pelo fundo de investimentos americano HMTF.

Aliás, este é o elemento comum em todos os contratos de parceria que vêm se verificando entre clubes brasileiros e investidores: a transferência ou cessão dos direitos de transmissão das participações do clubes em eventos para as empresas. Novamente aqui se pode verificar a lógica do mercado e o papel exercido pelos meios de comunicação neste processo de mercadorização do futebol brasileiro. Como se viu anteriormente, há a previsão de grande ampliação do mercado nacional de consumidores de canais de televisão por assinatura, na proporção de um para quatro nos próximos seis anos, expansão essa que deverá produzir um aumento estimado de igual proporção, ou seja, de cerca de 400% nos valores relativos à negociações de direitos de transmissão, em igual período. Na medida em que as empresas que estão hoje investindo em clubes brasileiros, de forma associada à indústria midiática (ou até mesmo tendo-a como diversificação dos próprios negócios), passam a ser controladoras e principais beneficiárias da comercialização destes direitos, torna-se claro que só a perspectiva de lucro advindo desta ampliação do mercado consumidor interno já garante a reprodução ampliada do capital investido. Isso sem se deter nas possibilidades de negócio que se abrem para outros mercados consumidores do futebol brasileiro (fruto da globalização!), como a Europa, Ásia e EUA, a partir da introdução de gestão profissional na organização do sistema esportivo local.

Como se pode perceber, o futebol brasileiro torna-se assim um excelente exemplo para que se observe como a cultura é extraída de suas intenções civilizatórias e torna-se um produto do capital, disponibilizado pela Indústria Cultural, inclusive com o afago institucional do Estado. Oportunizado em reprise ou “ao vivo”, em vários horários e quase todos os dias da semana, através das diferentes emissoras de sinal aberto e fechado, ampliado pela superexposição decorrente da concomitância entre Ligas⁴⁰ e Federações, eventos, torneios e campeonatos, e ainda maximizado pela repercussão diária em rádios e jornais, integrantes do processo de difusão/fixação da cultura esportiva, o futebol torna-se assim um produto multiplicado pela indústria do entretenimento, que ocupa o tempo livre dos cidadãos e reforça sua importância como cultura esportiva de massa. Paralelo aos possíveis ganhos em termos de espetáculo que tal processo possa oportunizar, cabe

⁴⁰ Na esteira do sucesso do vólibol de praia, já tornado olímpico, e aproveitando a característica tropical do país, foi criada a Liga Brasileira de Beach Soccer (assim mesmo!), cujos jogos ocupam frequentemente a programação esportiva das manhãs de domingo da Rede Globo, esvaziadas desde a morte do piloto Ayrton Senna.

ainda uma reflexão sobre consequências nem tão benéficas assim, igualmente inevitáveis, diante da transformação desta cultura popular em elemento da Indústria Cultural.

De fato, em que pese estarem flagrantes os indicativos de que a aludida modernização do futebol brasileiro, via sua mercadorização, tem profundas contradições, destacadas a seguir, os dirigentes esportivos parecem apostar tudo neste caminho, como única alternativa apresentada à sociedade para sua sobrevivência, capaz de trazer público aos estádios e manter aqui os craques antes exportados para a Europa. Corroborando com esta proposta, até o presente momento, o fato de os primeiros clubes a firmarem acordos de parceria já terem recebidos recursos para contratação de atletas e, coincidentemente, terem obtidos títulos nacionais ou internacionais. Todavia, em algum momento, próximo ou a médio prazo, os administradores do futebol brasileiro (e os torcedores dos clubes, por conseguinte) se depararão com algumas obviedades que podem ser apontadas desde já, e que são aqui exploratoriamente elencadas⁴¹ :

- i) em vista do elevado número de clubes de futebol profissional inscritos na CBF, em torno de quinhentos, é evidente que não haverá recursos nem empresas suficientes para garantir a todos investimentos que permitam a sua modernização. Fica, assim, claro que a profissionalização do setor implicará em fechamento de departamentos de futebol de alguns clubes ou o seu retorno ao semiprofissionalismo;
- ii) isso acarretará forte retração do mercado de trabalho para atletas e outros profissionais ligados aos clubes, ao contrário do que, pretensamente, defende a legislação pertinente⁴²;
- iii) o oligopólio do setor está sendo constituído principalmente por grupos financeiros internacionais. Além da transferência dos centros decisórios do futebol brasileiro para o exterior, a história econômica do país mostra que, em todos os âmbitos que dominam, estes agentes se utilizam de estratégias para remeter os lucros obtidos

⁴¹ Duas fontes servem como principais referências para as observações aqui referidas: o artigo de Proni (1999), já citado, e Pinto (2000).

⁴² Na Inglaterra e França, governo e instituições sociais vem propondo a criação de taxas sobre os contratos de transmissão de jogos pela televisão, como função redistributiva equalizadora, com o objetivo de custear políticas sociais de investimentos em setores e modalidades menos desenvolvidos (Dias, 1998).

- para suas matrizes, tornando o futebol a mais nova via de sangria de divisas nacionais;
- iv) a aliança destas empresas com órgãos de comunicação de massa levará à constituição de monopólios na transmissão, como já vem acontecendo, limitando as opções a serem exercidas pela sociedade;
 - v) decorrente disso, os clubes brasileiros da 1ª. divisão (20 clubes pertencentes ao Clube dos 13) passaram a apresentar excessiva dependência em relação a receitas advindas dos direitos de televisionamento: enquanto os principais clubes europeus recebem da televisão em torno de 33% de seus orçamentos, no Brasil esta receita varia de 55% a 70%, conforme sua participação em copas continentais;
 - vi) quem será o consumidor preferencial destes investimentos: o torcedor/espectador, o telespectador do canal aberto, o cliente assinante da TV a cabo ou, ainda, o cliente do sistema *pay-per-view*? Como se viu, o espetáculo tende a ser proporcionado em níveis de qualidade diferentes, conforme o poder aquisitivo do consumidor;
 - vii) como se estabelecerá a relação torcedor-clubes, base da cultura popular do futebol brasileiro, se agora os objetivos, prioridades e interesses clubísticos estão sendo determinados pelos investidores e parceiros financeiros?
 - viii) não é impossível que estes mesmos interesses venham a influenciar nos resultados de campo, no caso de clubes administrados por uma mesma empresa⁴³;
 - ix) diante do volume de recursos investidos no clubes, é provável que o poder exercido pela CBF seja diminuído. Se isso é positivo quanto a alguns aspectos, poderá porém inviabilizar ou dificultar a cedência de jogadores dos clubes nacionais para os selecionados, como já ocorre com aqueles que jogam em clubes estrangeiros .

Diante deste conjunto de reflexões que, necessariamente, deverá fazer o futebol brasileiro, resta observar também que, como semiformação cultural que se impõe enquanto extensão da sua industrialização, todas as mudanças em processo e que ainda virão a acontecer têm inequívocas

⁴³ A Presidência da República editou Medida Provisória, proibindo às empresas o controle de mais de um clube por modalidade e divisão. A reforma da chamada Lei Pelé confirmou a proibição, ainda que de forma mais branda, ao fazer a distinção entre associação e controle do clube pelo parceiro investidor.

influências sobre a cultura esportiva em geral e a cultura do futebol do país, em particular. Significa ainda dizer, deverão incidir diretamente sobre as formas pelas quais, transformado em consumidor, o torcedor (tele)espectador se relacionará com o esporte de maior preferência nacional.

A primeira consequência que pode ser apontada se refere à crescente substituição da experiência formativa, proporcionada através da prática esportiva, pelo consumo passivo do espetáculo do futebol, incentivada por meio de processo de dupla via: i) por enfatizar de forma predominante a dimensão tecnicamente mais aperfeiçoada do esporte, em que performances diferenciadas são exigidas como condição de acesso e participação, resulta certa inibição de parte daqueles apreciadores do futebol que não se sentem capacitados para desempenhar, ainda que em atividades de tempo livre, o rendimento necessário⁴⁴. Isso contribui para a fixação e reprodução de uma única imagem do futebol, justamente aquela relacionada ao âmbito da alta performance. ii) em vista dos problemas já referidos quanto a presença do torcedor nos estádios, paralelo às facilidades oferecidas pela televisão nos diferentes níveis de acesso (TV aberta, por assinatura e *pay-per-view*), há claro direcionamento do público para a assistência eletronicamente mediada do futebol. Desse modo, o gosto do cidadão brasileiro pelo futebol passa da sua vivência, enquanto um elemento da rica cultura de movimento, para o seu teleconsumo, como produto da semicultura esportiva imposta pela Indústria Cultural.

Na esteira desta mudança da forma de relacionamento torcedor-futebol, desvela-se toda uma série de entendimentos preconizados a partir da aceitação do modelo do esporte-mercadoria, que termina por naturalizar aspectos sociais circundantes que, por absurdos, deveriam ser objeto de reflexão por toda a sociedade, como os valores investidos nas negociações entre empresas e clubes, as diferenças sociais determinadas aos trabalhadores do futebol através dos contratos salariais e de uso da imagem, os ritos e práticas de consumo que funcionam como traços distintivos entre as “classes sociais” do futebol, as exigências publicitárias impostas, a duvidosa moral do “para se ganhar, vale tudo”, etc.

⁴⁴ A polêmica “rendimento autoritário” x “rendimento necessário” no esporte foi lançada por Kunz (1996), tendo provocado a realização de mesa-redonda com esta temática no XI CONBRACE/1999 (ver textos dos palestrantes nos Anais).

Perseverando ainda nesta linha de argumentação quanto ao efeito despolitizante da semicultura esportiva, já se faz notar a contribuição do futebol telespetáculo para a descentralização dos problemas sociais brasileiros, retirados que são do foco de atenção da sociedade em benefício do acompanhamento de factóides da Indústria Cultural. Sem buscar saídas ideologizantes nem cair na tese escapista da manipulação, tão grata às esquerdas da década de 70 (e denunciada como a “indústria da consciência” por Enzensberger, 1979), é necessário que se registrem as estratégias postas em prática pelos meios de comunicação de massa para aplacar o sentimento de frustração e descrédito para com as instituições sociais que, crescentemente, o povo brasileiro experimenta. Confundindo, intencionalmente, informação e entretenimento (tendo o eixo da comercialização como pano-de-fundo), a mídia passa a dedicar enormes espaços para o acompanhamento do cotidiano de clubes e atletas, como se a dor muscular que impede o ídolo de participar do treino tivesse igual ou maior importância (e, na lógica do mercado, realmente tem!) que as centenas de casos de cólera e outras doenças infecto-contagiosas, atreladas ao subdesenvolvimento do país, registradas diariamente. Ou como se fosse igualmente normal o fato de que o valor do passe de um jogador brasileiro de 20 anos (Ronaldinho Gaúcho), estimado em 82 milhões de dólares, seja equivalente ao custo aproximado de quinze mil veículos populares, ou ainda, o que é pior, suficiente para pagar um salário mínimo para quase oitenta mil trabalhadores, durante um ano. Por assim dizer, instaura-se um conformismo social, na leitura da teoria da semiformação cultural, significando que, enquanto o pólo adaptativo da cultura foi hipertrofiado em detrimento do seu potencial crítico, também a sociedade, enquanto destinatário final desta operação, passou a sujeitar-se ao conteúdo e sentidos impostos por este discurso.

Estas questões, entre tantas outras que podem ser citadas para demonstrar a semiformação proporcionada pela cultura esportiva, obscurecem os problemas sociais que são inerentes a uma economia capitalista dependente (ou emergente, conforme Santos, 2.000), retirando da sociedade a capacidade de informar-se e agir coletivamente, visando o seu enfrentamento. Até porque a ausência às reuniões de sindicatos e associações parece ser plenamente justificada pela coincidência destas com os programas de entretenimento esportivo que são apresentados diariamente na televisão!

Tal como salientou Adorno, a semiformação proporcionada pela cultura (também a esportiva!) implica que se passe de um “não-saber”, potencialmente prenhe de mudanças qualitativas, para um “semi-saber”, hipostasiado, que não se manifesta como etapa para o “saber-esclarecido”, mas, ao contrario, materializa-se como seu travamento e negação.

1.7. Que fazer? A pergunta teimosa...

O quadro anteriormente descrito, quanto às transformações por que passam os sentidos/significados atribuídos aos exercícios físicos e esportes, sendo socialmente construídos com inegável contribuição da indústria midiática, tem relações diretas com a Educação Física, enquanto prática de intervenção pedagógica. Os profissionais que atuam na área escolar, desde a implementação do método desportivo generalizado na década de 50 e, posteriormente, com a instalação da tendência esportivizante, incentivada, inclusive, por iniciativas governamentais (JEB's, JUB's, Decreto 69.450/71; Plano Nacional de Desportos, entre outros), tornaram-se os principais difusores de uma proposta educacional que se caracteriza muito mais por ser uma educação *para* o consumo do esporte do que educação *pelo* ou *através do* esporte. A cultura de movimento e esportiva que se produziu (e que se reproduz cotidianamente) e que se revela uma semiformação cultural, além da influência da mídia explicitada anteriormente, têm parte significativa de sua implementação como resultante da intervenção acrítica e ingênua de professores que, num dado momento, passaram a se considerar treinadores, transformaram suas aulas em sessões de treinamento esportivo e projetaram atletas em seus alunos.

Ainda mais: na medida em que, tanto nas aulas de Educação Física quanto na mídia, prevaleça um sentido único, voltado para a instrumentalização orientada ao rendimento (esporte-espetáculo), são bloqueadas outras possibilidades de se vivenciar livremente e se apreender as diversas manifestações do fenômeno cultural esporte. Esse discurso unívoco, logrando alcançar seus objetivos mercantilistas, produz um número cada vez menor de praticantes, seja em que

dimensão for – rendimento, escolar ou de tempo livre - e, em contrapartida, conquista um contingente sempre crescente de clientes, isto é, pessoas que, através da Educação Física e/ou da mídia, são formalmente “apresentadas” à cultura esportiva e tornam-se consumidores fiéis das mercadorias, tanto materiais quanto simbólicas, que ela cria e disponibiliza.

Se o cenário que se retratou revela-se desolador, diante do aperto das tramas com que a Indústria Cultural foi tecida e hoje coloca-se no centro do processo de globalização da economia/mundialização da cultura (inclusive a de movimento e esportiva), esta realidade deve ser enfrentada pela auto-reflexão crítica, conforme preconizou Adorno (1996). Esta é uma capacidade que necessita ser desenvolvida no ideário político-pedagógico de uma categoria profissional que precisa fazer da perseguição à utopia iluminista da educação para a emancipação humana o seu motor próprio. Assim, na perspectiva de refletir esta realidade descrita e pensar uma ação de esclarecimento a partir da Educação Física, é que se renova a pergunta que teima em estar presente, desde o nascimento do sonho revolucionário de Lênin.

Este “*que fazer?*” traz consigo a convicção de que mudanças efetivas na estrutura do discurso midiático sobre esporte e exercício físico só são possíveis como consequência de uma outra prática pedagógica, mas não aquela decorrente de puro ativismo inconsequente; tampouco se deseja, ingenuamente, sonhar um projeto de esclarecimento apenas pela denúncia retórica. Pensando como o educador Paulo Freire, é necessário buscar a superação da falsa consciência, isto é, a *conscientização* que resulta da compreensão de que é preciso “consciência de e ação sobre a realidade” (citado por Gadotti, 1987, p.33, grifos no original). Assim, explorando as brechas e contradições da Indústria Cultural e da Semicultura, como espaços de resistência e de produção de “*inéditos-viáveis*” (Freire, 1992) é que se vai pensar, no capítulo seguinte, em pressupostos conceituais para uma intervenção crítico-emancipatória no âmbito da formação profissional em Educação Física, visando a construção coletiva de ferramentas pedagógicas que permitam aos acadêmicos desta área uma outra leitura e a consequente ressignificação da cultura de movimento e esportiva mediada pela indústria da comunicação de massa.

Enfim, esclarecendo-se e capacitando-se mutuamente a agir na perspectiva do esclarecimento é que se pode ousar transgredir a lógica linear determinada pelo modelo de produção da realidade difundido pela e através da Indústria Cultural.

Capítulo 2 - O Esclarecimento como Alternativa para a Formação do Receptor-Sujeito: Pressupostos Teórico-conceituais a uma Intervenção Crítico-Emancipatória

“Educar para a reflexão crítica supõe (...) e, principalmente, ter condições de estabelecer relações coerentes e críticas entre o que aparece na tela e a realidade do mundo fora da mesma.”
(Joan Ferrés, 1996)

Apesar da exiguidade de alternativas disponíveis para o campo da atividade física e esportiva sob o inexorável domínio da Indústria Cultural, ainda assim (e até por isso) é necessário que se retome o ideal do esclarecimento e da emancipação humana, do que formação cultural e educação são pilares imprescindíveis para sua realização. Se uma saída apontada por Adorno para superação da semicultura produzida como contraparte subjetiva da cultura massificada passa necessariamente pela auto-reflexão crítica, isto se aplica também à cultura de movimento e esportiva. Significa afirmar ser mister que a área de conhecimento/atuação profissional da Educação Física/Ciências do Esporte aproprie-se de instrumentos conceituais e técnicos que, para além de demarcarem a compreensão do processo que resultou no travamento do seu potencial emancipatório, igualmente proporcionem fundamentos que legitimem a implementação de intervenções pedagógicas superadoras em relação à mídia esportiva.

Assim, o capítulo reflete sobre tais pressupostos, visando a construção de marco referencial teórico que fundamente uma ação formal neste sentido, procedida no âmbito da formação acadêmica em Educação Física. Para tanto, três eixos principais são desenvolvidos: i) inicialmente, resgata-se o conceito de *esclarecimento*, como principal finalidade da educação para a cidadania emancipada e projeto maior da concepção crítico-emancipatória da Educação Física, aqui tomada como pano-de-fundo da intervenção planejada. Justamente por essa condição, o capítulo principia por uma breve síntese de fundamentos teóricos que orientam o pensamento pedagógico desta concepção; ii) a seguir, e compreendendo a mídia esportiva como um dos principais agentes culturais contrários ao esclarecimento no âmbito do exercício físico e esporte, recorre-se aos conceitos de *mediação* e da *dialética das múltiplas mediações*, na busca de instituir o *receptor-sujeito*, a partir do entendimento de que a tarefa esclarecedora reservada à Educação Física no campo comunicacional situa-se preferencialmente no pólo da recepção midiática; iii) na mesma direção, recolhem-se subsídios didáticos apontados pela chamada *educação para mídia*, área de investigação e prática pedagógica da *pedagogia da comunicação*, que visa a intervenção sistemática do ensino na formação crítica do cidadão, na sua interação com os meios de comunicação de massa.

2.1. Fundamentos teóricos da Concepção Crítico-emancipatória da Educação Física:

Diante do diagnóstico compartilhado por representantes das tendências críticas da Educação Física brasileira, que aponta o imenso predomínio do esporte como principal orientador das manifestações pedagógicas da área, bem como a hegemonia da concepção com que tal conteúdo é desenvolvido no âmbito da escola, orientada no rendimento e na competição, diversas propostas de enfrentamento e mudança têm sido discutidas. Sem entrar no mérito dos fundamentos teórico-metodológicos das diferentes proposições inovadoras, cuja sistematização pode ser melhor compreendida a partir de quadro elaborado por Taffarel (1997), importa referir à alternativa da transformação didático-pedagógica do esporte, consubstanciada numa *concepção*

crítico-emancipatória para a Educação Física, proposta por Kunz (1991, 1994, 1999) e que vem servindo de referência para estudos coletivos, conceituais e aplicados, do Núcleo de Estudos Pedagógicos da Educação Física da Universidade Federal de Santa Catarina - NEPEF/UFSC, conforme pode ser observado em GEAEF (1996) e Pires e Rocha (1997). Tal opção fundamenta-se no critério de coerência teórica, pelo fato de que esta concepção orienta-se numa perspectiva Educacional Crítica (Schäfer; Schaller, 1982), que, por sua vez, baseia-se em pressupostos da Teoria Social Crítica, a chamada Escola de Frankfurt, já revisitada para composição do cenário crítico empreendido no capítulo anterior.

Para a pretendida apresentação da concepção crítico-emancipatória da Educação Física, o primeiro aporte teórico a ser considerado é recolhido da Teoria da Ação Comunicativa (Habermas, 1987) e se refere à identificação de duas esferas que compõem as sociedades contemporâneas, os conceitos-chaves de Sistema e Mundo Vivido⁴⁵, sendo a própria distinção entre estes dois “mundos” um dos traços constitutivos da Modernidade em Habermas (cf. Ingram, 1994). O primeiro significa o campo da reprodução material ou do trabalho, representado pelas estruturas sociais ou subsistemas Economia e Estado/Poder, onde predominam a racionalidade instrumental, o discurso técnico e o agir estratégico; a segunda categoria supõe a interação simbólica através da experiência comum a todos os atores sociais, isto é, a cultura compartilhada, onde são privilegiados a razão comunicativa e o discurso normativo. Embora razoavelmente demarcados como esferas distintas, porém complementares, Habermas (citado por Freitag, 1993) aponta dois problemas ou patologias características da transformação societária da Modernidade: i) a dissociação ou “desengate” entre Sistema e do Mundo Vivido, e ii) a progressiva “colonização” do Mundo Vivido por intervenção da racionalização técnica e do agir estratégico, típicos do Sistema. O primeiro problema implica na naturalização da economia e do poder vez que, como esferas da integração sistêmica, orientam-se somente pela razão instrumental (e as chamadas “leis do mercado”, no caso da sociedade globalizada), dispensando, portanto, o âmbito normativo da valoração e da moral, comum ao Mundo Vivido. O desengate entre ambos faz com que as ações implementadas no Sistema não possam ser tematizadas, tornando-se inquestionáveis porque

⁴⁵ A tradução da expressão original *Lebenswelt* tem sido feita também para *mundo da vida* ou *mundo vivo*.

autolegitimadas. Já a colonização do Mundo Vivido pela lógica do Sistema igualmente se apresenta como uma patologia da Modernidade porque revela a intromissão da racionalidade instrumental nas estruturas sociais anteriormente mediadas pela ação comunicativa e pelo discurso prático ou teórico, o que determina a submissão da cultura e da ciência ao pensamento estratégico e à luta pelo poder e o dinheiro. É possível ver nas consequências deste problema da modernidade societária, apontado por Habermas, clara relação de concordância com as denúncias de mercadorização da cultura, registradas por Adorno e Horkheimer através do conceito de Indústria Cultural.

Esta primeira formulação teórica habermasiana é, pois, utilizada pela concepção crítico-emancipatória para promover diagnóstico da realidade da Educação Física na sociedade moderna. Considerando originariamente o esporte e os demais elementos da cultura de movimento como integrantes da esfera designada como Mundo Vivido, sua configuração e reprodução social deveriam orientar-se pelos parâmetros da racionalidade comunicativa, isto é, situações ideais em que o diálogo livre de coerções entre sujeitos capazes de palavra e ação produziria consensos validados pela argumentação intersubjetiva (Habermas, citado por Marques, 1996). O que ocorre no presente estágio da modernidade, observa Kunz (1994), é que a cultura de movimento, especialmente o esporte, foi “colonizado”, isto é, apropriado pela lógica do Sistema, passando a reger-se por interesses econômicos e pela ideologia, que lhe são características. Agregado a isso, o “desengate” entre as duas esferas sociais naturalizou tal procedimento, o que impede o seu questionamento crítico, sendo, então, desta forma que ele passa a ser apresentado à Sociedade, incluindo-se aí os campos de atuação profissional da Educação Física, como a escola. Assim, o sentido atribuído pelo Sistema ao esporte torna-se unívoco e hipostasiado, sendo gerado pela lógica da racionalidade instrumental, o que proporciona uma espécie de legitimação técnica para as consequências nefastas decorrentes deste processo, tais como a exclusão, a mercadorização e a instrumentalização, incluindo ainda o uso de expedientes escusos destinados à obtenção imediata de sucesso e lucro a qualquer custo. Na visão da concepção crítico-emancipatória, uma das tarefas que desafia o profissional de Educação Física atualmente seria o desenvolvimento de competências para transformar didaticamente o esporte e a cultura de movimento, a fim de

recolocá-los na esfera do Mundo Vivido, onde a veracidade e a adequação de normais sociais possam ser reconstruídas consensualmente pela racionalidade comunicativa.

Também de Habermas, mas adaptado inicialmente por Mayer, a concepção crítico-emancipatória recolhe outra contribuição na forma de um esquema conceitual em que são apresentadas as categorias do Trabalho, Interação e Linguagem e as respectivas competências Técnica ou Objetiva, Social e Comunicativa, enquanto estruturas universais e, por conseguinte, fundantes de qualquer processo libertador de ensino-aprendizagem, como mediadoras entre os alunos e a realidade objetivada (Kunz, 1994). Segundo este entendimento, a categoria do Trabalho representa o desenvolvimento/aquisição dos conhecimentos e habilidades mínimas relativas ao “saber” e “saber-fazer” específicos que caracterizam um determinado tema de ensino, necessários para um desempenho bem sucedido e agradável nas circunstâncias sociais concretas por ele proporcionadas. Por exemplo, no que se refere ao esporte, é indispensável o domínio de fundamentos técnicos e informações básicas quanto ao seu funcionamento para que alguém possa usufruir prazerosamente da sua experiência sensível e/ou do seu consumo como espectador (ou telespectador). A organização deste processo de aprendizagem deve seguir uma racionalidade técnica, isto é, segundo princípios sistemáticos como o aumento progressivo da complexidade dos conteúdos, a associação entre o novo e o reconhecido, e o diálogo permanente entre o conhecimento teórico e o saber prático. Todavia, a categoria do Trabalho e o alcance da competência objetiva, embora indispensáveis, não podem ser confundidos com a totalidade da ação educacional, porque, se assim o fosse, em nada diferiria da instrução técnica que relojoeiros precisam desenvolver para consertar relógios ou que soldados necessitam aprender para montar e desmontar uma arma.

Por isso, um processo escolar de ensino-aprendizagem precisa ser também *locus* para a apropriação da competência social, decorrente da categoria da Interação. Esta diz respeito à reflexão e ao entendimento sobre a constituição das normas das relações socioculturais vividas, bem como o reconhecimento e respeito às diferenças, o desvelamento e exploração das contradições e a identificação e combate às discriminações, aspectos que devem ser tematizados no plano educacional crítico, como aprendizagem a ser buscada para o agir social solidário,

participativo e cooperativo, típicos da cidadania emancipada. Tentando, novamente, produzir exemplificações no âmbito da cultura de movimento e esportiva, a categoria da Interação no ensino da Educação Física visaria o desenvolvimento de situações didáticas através das quais, coletivamente, fossem identificadas, enfrentadas e superadas as limitações impostas pelo modelo hegemônico do esporte - decorrente de sua apropriação pela esfera do Sistema - às práticas de atividades físicas e esportivas de tempo livre, âmbito que necessita ser resgatado para o Mundo Vivido.

Completando este esquema de categorias e competências do processo educacional emancipatório, resta fazer referência ao aspecto da Linguagem e da comunicação. Sua função é de integração, tanto dos conhecimentos e habilidades exigidas para a aquisição da competência objetiva ou técnica quanto da compreensão dos fatores sociais que conformam a realidade e a perspectiva de sua transformação, características do aprendizado da competência social. Na perspectiva habermasiana, a razão comunicativa revela-se um novo paradigma para a teoria do conhecimento, elevando-se a categoria epistemológica por representar a forma pela qual, no mínimo dois interlocutores, em condições ideais de fala, produzem dialogicamente acordos válidos mas sempre provisórios sobre o conhecimento (discurso teórico) e o bem comum (discurso prático). Tal entendimento, conhecido como "virada linguística" (Aragão, 1992), supera a relação cartesiana clássica ou o paradigma da consciência, através do qual o conhecimento se constitui a partir da relação subjetiva entre o sujeito cognoscente e o objeto cognoscível. De fato, segundo Bouffleuer (1997), o esforço de reflexão da filosofia da comunicação não se dirige para saber como o sujeito pode conhecer e dominar objeto ou situações, mas, ao contrário, para como ele pode chegar a um entendimento livre de coerções com outros sujeitos sobre algo no mundo. É, pois, assim que, através das interações mediadas pelas diferentes dimensões da linguagem humana⁴⁶, torna-se possível aos alunos o desenvolvimento da capacidade de atuar com segurança no campo das intervenções sociais oportunizadas pelo conhecimento adquirido e, simultaneamente,

⁴⁶ No ensino da Educação Física, principalmente para crianças, a linguagem do movimento ou o "se-movimentar" proporciona amplas possibilidades de diálogo entre si e com o mundo (Cf. Hildebrandt, 1993; Trebels, 1992 e 1998).

entenderem-se mutuamente sobre o caráter normativo das regras e codificações, direta ou indiretamente relacionadas a este saber/saber-fazer.

Utilizando-se desta matriz de análise, constituída pelas três categorias universais apontadas por Habermas, é possível refletir sobre a realidade do ensino da Educação Física e de esportes. E a conclusão é que, na medida em que este componente curricular está orientado em uma situação absolutizada pelo caráter de rendimento esportivo, o processo pedagógico encontra-se restrito à competência objetiva ou técnica. Efetivamente, por centrar-se no sentido da reprodução mecânica de alternativas bem sucedidas de solução para o aprendizado de aspectos técnicos do esporte, esta concepção hegemônica de ensino dispensa o desenvolvimento de situações didáticas que possibilitem a compreensão das interrelações sociais que se constroem em sua decorrência, assim como desconsidera a importância da razão argumentativa para a produção de entendimentos. Assim, limitar o ensino da Educação Física à esfera do saber/saber-fazer objetivos, ainda que a relevância deste campo sob nenhuma hipótese possa ser negada, significa uma redução do conjunto de possibilidades de formação cultural que a cultura de movimento pode proporcionar. Em outras palavras - estabelecendo nexos com a teoria adorniana da Semicultura - , pode-se afirmar que a restrição do processo educacional à dimensão da competência técnica implica hipertrofiar o pólo adaptativo da formação cultural, negando o desenvolvimento do seu potencial crítico-transformador e levando do "não-saber" ao "semi-saber" hipostasiante.

Uma terceira via de aproximação da concepção crítico-emancipatória da Educação Física com a Teoria Social Crítica e, principalmente, com o postulado de Jürgen Habermas refere-se ao conceito de "interesses reais" e "interesses meramente aparentes" (Geuss, 1988) ou "formados pela ideologia" (Kunz, 1994). Esta linha de raciocínio parte do entendimento de que o desenvolvimento individual e coletivo do humano dá-se em vista da percepção dos seus desejos, interesses e necessidades, e pela busca da sua satisfação. Neste sentido, todos os procedimentos licitamente operados nesta direção, isto é, que sejam empreendidos sem prejuízos a outrem e que visem atender a um desejo, necessidade ou interesse conscientemente reconhecido como tal, constituem-se em situações que proporcionam o avanço individual ou coletivo do processo de

desenvolvimento do homem. Esse processo seria relativamente fácil de ser pedagogicamente incentivado no ensino se tais interesses fossem sempre “reais”, isto é, se a sua formação subjetiva se desse unicamente como resultante da natureza individual e socialmente construída. Todavia, na sociedade moderna, há um sem-número de *“instâncias formadoras de consciência ideologicamente falsa”* (Kunz, 1994, p.26) que levam a produção de interesses “meramente aparentes”, isto é, constituídos por circunstâncias sociais que introjetam no indivíduo a premente necessidade de satisfazer interesses imediatos, que ele julga serem reais (até porque, naquele momento, eles de fato o são, ainda que sua constituição tenha sido artificialmente elaborada). Entre as principais agências formadoras desta falsa consciência podem ser citados as doutrinas hegemônicas dos que detém o poder através dos meios de produção, a Indústria Cultural e os “especialistas” de toda a ordem, que prescrevem atitudes e condutas legitimadas pela aceitação generalizada da sua competência, como “autoridade” reconhecida no assunto. Como este processo não é percebido, ou seja, sua produção não se dá ao nível crítico das consciências (pelo contrário, é entendido como uma “segunda natureza”, que adere à personalidade), os limites para superação de tal estado de dependência só podem ser revertidos pela auto-reflexão. Segundo Habermas (1994-a), *“a auto-reflexão está determinada por um interesse emancipatório do conhecimento”* (p.140), da mesma forma que, reciprocamente, *“o interesse emancipatório visa a consumação da reflexão enquanto tal”* (p. 144). Só assim, portanto, é que a reflexão pode libertar o sujeito da dependência de poderes hipostasiados. Por sua vez, a construção destas ferramentas cognitivas e críticas que possibilitam tal “chamada subjetiva à consciência” precisa ser provida por agentes ou instituições interessadas na libertação dos indivíduos em relação a este estado de dependência, isto é, voltadas ao esclarecimento e à emancipação humana. Neste sentido, uma formação cultural autêntica pode constituir-se em “situação ótima” para o desenvolvimento do “conhecimento perfeito” que leva a definição de “interesses reais ou verdadeiros” (Geuss, 1988).

Em relação ao campo da cultura de movimento e esportiva, em vista de tudo o que foi tratado no capítulo anterior, parece não restarem muitas dúvidas de como interesses ideologicamente formados ou meramente aparentes são construídos com a contribuição indispensável dos meios de comunicação de massa. Tampouco são desconhecidos os objetivos da Indústria Cultural nesta tarefa: produzir artificialmente necessidades, desejos e interesses de

práticas – vividas ou consumidas/assistidas - de atividades físicas e esportes, bem como de toda uma gama de produtos e serviços veiculados na esteira da sua espetacularização. O que ainda resta acrescentar é quanto ao papel desempenhado pelo professor de Educação Física, como um “especialista” reconhecido da área e, portanto, legitimador de concepções e práticas ensinadas/aprendidas. Não raramente, ele próprio converte-se em agente de formação de falsa consciência sobre as concepções de esporte e exercício físico que podem ser socialmente aprendidas e vivenciadas⁴⁷.

Isso vem a acontecer quando, no processo educacional, priorizam-se os princípios e tendências do esporte de rendimento, ou ainda são reforçados, através de práticas pedagógicas utilitaristas, os discursos fragmentados e reducionistas que tentam relacionar o exercício físico a ganhos estéticos e melhorias nas condições gerais de saúde e qualidade de vida. Em contrapartida, a concepção crítico-emancipatória preconiza que o ensino da Educação Física deve privilegiar situações didáticas que favoreçam a construção de autonomia, que oportunizem ao aluno a reflexão sobre a autenticidade dos interesses que norteiam sua participação do mundo de movimento e da cultura esportiva. Isso implica que se vá além de objetivos relativos a aquisição de habilidades e conhecimentos que permitem a simples inserção no campo do esporte e do exercício físico, mas sobretudo que o capacitem a ser autor e ator da sua própria cultura de movimento e esportiva (Kunz, 1998).

Desta forma, o desenvolvimento do processo de ensino da Educação Física na perspectiva crítico-emancipatória deve orientar-se pela busca do esclarecimento, como forma de promover tomada de consciência e libertar o aluno destes falsos interesses aderidos, que mediam e o impulsionam na direção de sua pseudosatisfação - entende-se como pseudosatisfação porque o aparente alcance de tais objetivos traz consigo a formação de novas necessidades e desejos, e assim sucessivamente; ou, por outra, o insucesso em sua consecução implica em frustração de expectativas e vivência de fracassos, cujas consequências também serão determinantes sobre a forma deste sujeito relacionar-se com o seu mundo vivido de movimento.

⁴⁷ A intenção aqui não é a de generalizar, ainda que estudos venham demonstrando a subserviência acrítica dos profissionais da área ao sistema esportivo, no âmbito da escola ou fora dela, conforme Cavalcanti, 1984; Bracht, 1992; Oliveira, 1994, e tantos outros.

Assim, passa-se agora a revisitar o conceito de Esclarecimento em sua trajetória pela Modernidade, a fim de entendê-lo como principal referência teórica da concepção aqui tomada como pano-de-fundo.

2.2. O Esclarecimento: revisitando ideais iluministas

Ao lado de conceitos como bem comum, progresso, justiça, liberdade, igualdade e tantos outros, o projeto da emancipação humana faz parte de extenso conjunto de valores preconizados pelo movimento conhecido por Ilustração, que sacudiu a Europa do século XVIII, com características próprias em países como a França, Inglaterra e Alemanha, tendo, porém, como princípio comum a crença no esclarecimento, isto é, no progresso indefinido da sociedade sob os auspícios da razão. Enquanto na França gestavam-se as alterações políticas do Estado que resultaram na Revolução Francesa, na Inglaterra ressurgia o pensamento empirista, que creditava o desenvolvimento do conhecimento humano à ciência experimental. Contemporaneamente a estas correntes, na Alemanha o esclarecimento orientava-se para o campo da cultura e das artes, através da ênfase de Kant ao racionalismo crítico. Assim, o ideal da *Aufklärung*⁴⁸ tem uma raiz histórico-filosófica estreitamente vinculada à Modernidade, que o remete na direção da superação dos mecanismos religiosos e de poder que mantinham parcelas da sociedade sob grilhões.

Antes de se prosseguir, é desejável expor uma primeira tentativa de responder, então, a questão: o que é o esclarecimento? Provavelmente, a mais clássica das respostas seja a dada por Immanuel Kant, por certo o maior filósofo do iluminismo alemão, em ensaio que, segundo Foucault, inaugurou o discurso filosófico da modernidade (cf. Rouanet, 1987):

⁴⁸ Esta expressão tem sido traduzida do alemão ora como “iluminismo”, ora como “esclarecimento” (como em *Dialética do Esclarecimento*). Como se pode perceber, a opção aqui adotada é pela utilização do segundo termo, mas entendendo-o de acordo com a proposição de Rouanet (1987), que faz a seguinte distinção: o iluminismo (ou, no caso, o esclarecimento) seria a tendência secular de confiança na razão, sob o restrito controle da crítica permanente, que teve seu momento mais destacado na Ilustração, movimento filosófico europeu do século XVIII, conhecido como o Século das Luzes.

“O Iluminismo é a saída do homem da sua menoridade de que ele próprio é culpado. A menoridade é a incapacidade de se servir do entendimento sem a orientação de outrem. Tal menoridade é por culpa própria se a sua causa não reside na falta de entendimento, mas na falta de decisão e de coragem em se servir de si mesmo sem a orientação de outrem. Sapere aude! Tem a coragem de te servires do teu próprio entendimento! Eis a palavra de ordem do Iluminismo” (Kant, s/d, p.11).

Visando criticar o fato de que, cidadãos capazes de pensar por conta própria transferem a “tutores intelectuais” a atribuição de decidir sobre os melhores encaminhamentos a serem tomados por estes homens em menoridade, mesmo em sua vida privada, o que contribui para tornar perpétua tal condição, Kant aponta a preguiça e a covardia em buscar o próprio entendimento como causas diretas, reforçadas ainda pela adaptação a este estado, que acaba por constituir-se quase em uma segunda natureza. Isto contraria a própria natureza humana que desenvolveu no homem *“a tendência e a vocação para o pensamento livre”* (Kant, s/d, p.19). Por isso, esta ultrapassagem em direção ao esclarecimento, afirma o filósofo alemão, deve ser erigida como uma tarefa individual e coletiva, isto é, a busca pela ilustração precisa ser empreendida por toda sociedade e por cada um dos cidadãos que a compõem. Tal observação é reforçada para os dois âmbitos. No plano individual, segundo Kant, um homem pode, *“para sua pessoa, e mesmo então só por algum tempo, no que lhe incumbe saber, adiar a ilustração; mas renunciar a ela, quer seja para si, quer ainda mais para a descendência, significa lesar e calcar aos pés o sagrado direito da humanidade”* (p.16). Igualmente, também para o conjunto da sociedade é vedada a renúncia ao esclarecimento, em vista de seu compromisso com as gerações vindouras, as quais não podem ser remetidas autoritariamente ao obscurantismo: *“uma época não pode coligar-se e conjurar para colocar a seguinte num estado em que se deve tornar impossível a ampliação dos seus conhecimentos (sobretudo os mais urgentes), a purificação dos erros e, em geral, o avanço progressivo na ilustração”* (p.15).

Para buscar o esclarecimento, só lhes seria exigida a liberdade civil, principalmente a de fazer uso público da sua razão, mas há restrições a isto por parte de agentes sociais cujos interesses a que estão vinculados não se coadunam com a libertação humana. A crítica de Kant vai na direção dos detentores de poder na sociedade, governantes que usam a legislação para

sonegar iniciativas de ilustração à população e, especialmente, a Igreja cuja tutela, para o autor, *“além de ser a mais prejudicial, é também a mais desonrosa de todas”* (p.18). Como é evidente, em 1783, Kant não poderia se dirigir à imprensa, ainda incipiente naquela época, como um destes promotores da menoridade. Certamente, nos dias de hoje, o tratamento dispensado pelas forças do esclarecimento à indústria midiática precisa ser outro, já que ela vem sendo sistematicamente apontada como um dos elementos mais significativos no processo de produção de falsas consciências a respeito de valores, normas e condutas sociais, especialmente aquelas relacionadas ao consumo - até chamada de o 4º. Poder, ao lado do Executivo, Legislativo e Judiciário, base do Estado democrático burguês.

Todavia, relacionar a preocupação com o esclarecimento apenas ao movimento da Ilustração e seu projeto de Modernidade significa uma redução injustificada. Ainda que seja naquele período que o esclarecimento tenha experimentado o momento mais rico e evidente de sua trajetória, em vista da expansão e confluência de idéias transformadoras pelo uso da razão, é impossível desconhecer a presença desta tendência intelectual ao longo da história da humanidade, caracterizado como *“um impulso que leva os sujeitos humanos a configurarem sua vida unicamente através da razão humana, sem levar em conta tradições religiosas, sociais e culturais”* (Siebeneichler, 1989, p.11). Isso parece vir ao encontro de Adorno e Horkheimer, que detectam o pensamento iluminista na estratégia racionalista de Ulisses para se sobrepôr ao mito (o canto das sereias). Tampouco é válido argumentar que a crise da Modernidade tenha determinado a dissolução desta orientação pelo esclarecimento, já que, conforme Horkheimer, *“para o bem ou para o mal, somos os herdeiros do progresso técnico e do pensamento esclarecedor”* (citado por Siebeneichler, 1989).

Em síntese, pode-se deduzir que o esclarecimento permanece vivo enquanto estiverem presentes na realidade humana suas duas condições necessárias, suficientes e intercambiáveis: a crítica e a razão. Segundo Rouanet (1987), *“uma crítica que não seja racional ou uma razão que não seja crítica não podem ser consideradas iluministas”* (p.31). É próprio do esclarecimento o seu renovar-se permanente, decorrente da capacidade de rever-se criticamente quanto aos seus próprios limites e àqueles impostos pela realidade transformada. Este movimento dialético de

crítica e auto-crítica, por exemplo, consegue perceber e denunciar quando a razão desvia para a ideologia, gerando irracionalismos, ou quando, em seu nome, constituem-se novos processos regressivos. Assim, o esclarecimento é sempre um novo esclarecimento, elegendo seus novos inimigos conforme vão ocorrendo as transformações sociais. É decorrente disso, por exemplo, o alerta de que, na atualidade, a emancipação está muito mais ameaçada pela lógica do mercado associado ao poder do que por doutrinas religiosas, conforme denunciara Kant, ainda que fundamentalismos desta natureza sejam recorrentes. É por isso, também, que a ciência, considerada um dia a principal aliada contra as explicações mágicas, autonomizou-se, tornando-se um novo mito e, portanto, objeto da reflexão crítica do esclarecimento (Horkheimer, 1983). Igualmente, a idéia de progresso infinito precisa ser revista, diante do esgotamento iminente dos recursos naturais e da assimetria com que os benefícios deste projeto da Modernidade chegam aos humanos de todos os lugares.

É justamente no interior da crise desencadeada na Modernidade que o esclarecimento sofre suas mais fortes críticas, as quais, no entanto, só podem acontecer em virtude e na presença da razão e da crítica, isto é, do próprio esclarecimento. Siebeneichler (1989) considera tais questionamentos sobre os ideais e promessas iluministas como tentativas de *“esclarecer o esclarecimento sobre si mesmo”* (p.12), procedidas por parte de intelectuais herdeiros destes mesmos ideais. Assim, se o caminho percorrido pelo esclarecimento na história do homem não é linear nem uniforme é justamente porque sua trajetória reflete os diversos momentos de crise e superação através dos quais o projeto de modernidade vem se reconstruindo. Portanto, para Stein (1991), *“o iluminismo não é um constructo doutrinário sem rachaduras, mas um diálogo esclarecedor que nunca acaba”* (p.81).

Seguindo o raciocínio de Siebeneichler (1989), podem ser citadas algumas das críticas mais clássicas ao esclarecimento, sendo que o nexos comum que as une é a relação entre liberdade, emancipação e história: i) o “esclarecimento insatisfeito” que resulta da aplicação do método crítico dialético de Hegel, segundo o qual as estruturas sociais criadas para proporcionar liberdade à humanidade são ambivalentes, isto é, também exercem poder e dominação sobre o sujeito; ii) a crítica de Marx aos entendimentos sobre esclarecimento expressos tanto por Kant

como por Hegel, por considerá-los idealistas e abstratos, faltando-lhes a mediação histórica. Para tanto, substitui a subjetividade pela categoria do trabalho; iii) na mesma linha, situa-se o “esclarecimento sem esperança”, crítica empreendida por Adorno e Horkheimer contra a instrumentalização da razão que, à promessa de progresso científico e liberdade, respondeu com mais dominação sobre a natureza e o próprio homem.

Talvez a mais atual e dura crítica ao esclarecimento provenha do pensamento pós-moderno em sua crítica à Modernidade, que tem em Lyotard seu principal autor, secundado por outros intelectuais do campo neoestruturalista, conforme Habermas (1990). Ao diagnosticarem o esgotamento do projeto emancipatório do iluminismo, os defensores da pós-modernidade propugnam ora uma transição irreversível, ora uma ruptura com a modernidade nos campos da cultura, da ciência e das artes. Na essência desta crítica encontra-se o questionamento rigoroso à capacidade da razão moderna em continuar dirigindo a sociedade no prometido caminho de progresso contínuo e de ampliação das liberdades individuais e sociais, em vista do enfraquecimento das teorias universalizantes e das instituições destinadas a mediar esse trajeto rumo à emancipação. Segundo Goergen (1996), nos tempos pós-modernos, deixam de ser aceitas as representações clássicas da sociedade na Modernidade, que tratam de percebê-la ora funcionalmente, como um sistema homogêneo e integrado, em busca de eficiência (teoria dos sistemas), ora como afirmação de dualismos e heterogeneidade, da luta de classes, que preconiza a busca pela melhoria com base na crítica ao que está dado (teoria crítica).

Neste sentido, no interior da crítica pós-moderna, o próprio conceito de esclarecimento é posto em xeque, por sua intrínseca relação com a Modernidade e também por causa do equivocado engessamento de sua temporalidade ao período da Ilustração. Sem entrar, no entanto, na análise do mérito das alegações em favor da pós-modernidade, cabe a observação de que a crítica expressa em relação à Modernidade e, por conseguinte, ao esclarecimento, é propriamente uma característica do esclarecimento, como se viu anteriormente. Portanto, como lembra Rouanet (1987), nada mais iluminista do que o exercício da crítica sobre o esgotamento do esclarecimento.

As incisivas críticas à modernidade, todavia, não ficam sem resposta por parte daqueles que se filiam ao projeto iluminista. Segundo Fensterseifer (1999), *“é na própria modernidade que encontramos os padrões normativos que nos possibilitam comparar o existente com o desejável”*. Referenciando-se em Rouanet, continua: *“ser moderno é criticar a modernidade real com os critérios da modernidade ideal – a que foi anunciada pelo iluminismo, com sua promessa de auto-emancipação de uma humanidade razoável”* (p.119).

Na mesma linha, o próprio Rouanet (1987) admite a existência de características de transição de uma modernidade clássica para uma época em que seus pressupostos necessitam ser repensados, afirmando que os argumentos em favor da ruptura com a modernidade, manifestadas por pensadores de tantas áreas diferentes do conhecimento não corresponderia necessariamente a uma realidade pós-moderna, mas sim à expressão de um legítimo repúdio aos desvios da razão instrumental, que permitiu a regressão a barbáries como Auschwitz, as bombas em Hiroshima e Nagasaki, os campos de concentração na Sibéria e, poder-se-ia ainda acrescentar, tenta encontrar justificativas para os fundamentalismos religiosos, as limpezas étnicas nos Balcãs, a globalização excludente, etc. De forma irônica, Rouanet cunha então a expressão *“neomodernidade”* para referir-se a este momento, afirmando haver dois motivos para utilizar este neologismo: porque significa uma nova partida, um recomeço da modernidade em bases outras e também porque implica necessariamente num reencontro com a modernidade.

Em resposta aos argumentos a favor das teses de ruptura ou extinção da Modernidade, Habermas contrapõe com o resgate do seu projeto original, segundo ele, ainda inacabado (Habermas, 1992). Importa dizer que não se trata de um simples retorno saudosista à tradição do passado, como que a resguardar-se das críticas à razão iluminista, mas sim da retomada dos seus ideais de emancipação a partir do reconhecimento dos seus desvios e da intenção de reconstruí-la com bases e meios outros. Em vista disso, a principal correção a ser procedida para que tal ocorra é a sugerida mudança de paradigmas que legitimam o conhecimento moderno, como já se viu anteriormente, passando da sua centralidade na consciência subjetiva e autocentrada na relação entre sujeito-objeto para uma racionalidade comunicativa, orientada na busca de consensos

dialogicamente construídos entre sujeitos livres que se entendem sobre objetos no mundo (Habermas, 1987).

A partir dessa mudança, renova-se também, em Habermas, o lugar do esclarecimento, agora voltado para o desenvolvimento da capacidade de compreender e interagir criticamente com a realidade que se manifesta pelo *medium* da linguagem. Assim, segundo Siebeneichler (1989) “o esclarecimento habermasiano não está mais voltado apenas para a saída da menoridade culpável, da falta de liberdade e da incapacidade de o sujeito servir-se do próprio intelecto sem a tutela de outrem mas, principalmente, para a incapacidade de o homem atual servir-se da razão comunicativa” (p.23). A crença no potencial emancipatório da razão discursivamente expressa é reafirmada num iluminismo revigorado, não mais como uma razão autônoma, hipostasiada, mas como uma razão que, no dizer de Stein (1991), “se faz e refaz através de múltiplas razões ou de uma razão que se manifesta na multiplicidade de suas vozes” (p. 82)

Esta nova atribuição do esclarecimento apontada pela perspectiva de modernidade de Habermas e radicalmente imbricada ao paradigma da ação comunicativa, vem ao encontro da necessidade já expressa de se examinar qual o sentido de esclarecimento que vige hoje nas formas sociais de comunicação, especialmente entre as tecnologicamente veiculadas.

2. 2.1. Razão, Esclarecimento e Mídia:

O advento da expansão da informação mediatizada, graças à modernização tecnológica dos meios, leva a acreditar, conforme Kunz (1999), que “*nunca a sociedade e os homens estiveram tão esclarecidos*” (p.36), tanto que haveria hoje esclarecimento disponível, através das mais diversas formas, sobre os mais diferentes assuntos, já que não parece haver “assuntos-tabus”, pois tudo pode ser abordado e sobre tudo se expressa opinião; todavia, continua o autor, “*este esclarecimento não faz os homens mais livres nem diminui a barbárie no mundo*” (p.36). Acredita-se que a reflexão sobre qual o tipo de esclarecimento que serve ao processo

emancipatório vem se construindo ao longo deste capítulo (inclusive nos tópicos seguintes), mas pode-se afirmar preliminarmente que, se ainda é pertinente a defesa intransigente do ideal do esclarecimento e da razão, isso se deve justamente à consolidação da indústria midiática e ao conteúdo unívoco de seu discurso hegemônico, para o qual deve dirigir todo seu potencial crítico. De fato, nada parece ser mais imperioso e urgente do que promover o surgimento de novas e emancipadas relações da sociedade em geral, suas classes, grupos e subgrupos, com o campo dos meios massivos de informação. Veja-se porque: sem descuidar de suas funções ideológicas já identificadas, e até em cumprimento a elas, a mídia inaugurou um novo estágio em seu desenvolvimento como instância de produção de sentidos aos discursos socialmente predominantes, já em fase aguda. Considerada braço operacional dos setores privilegiados da sociedade de consumo, isto é, daqueles com quem estabelece situações de parceria econômico-empresarial, a indústria midiática tende a orientar-se pelo princípio único que rege as relações entre produtores e consumidores: a mercadorização, incluindo-se aí a própria informação, que já foi a razão principal do seu desenvolvimento, e o entretenimento, produto historicamente mais novo, decorrente da espetacularização da sociedade e da mediação do consumo da cultura.

Assumido o papel de principal “garoto-propaganda” da visão de mundo imposta pelo capitalismo, a imprensa e especialmente a televisão, com o advento dos canais por assinatura, assemelha-se a um supermercado de consumo doméstico do discurso midiático, aberto vinte e quatro horas, com prateleiras cheias de opções e crédito garantido – desde que cada consumidor tenha noção de em que gôndolas pode se abastecer, em vista do que possa pagar. Vende-se de tudo: de signos constituintes de estilos de vida aos mais supérfluos produtos da cultura do descarte; de fragmentos descontextualizados da realidade, na forma de notícia, ao *glamour* do espetáculo em que foram transformadas as diferentes manifestações da cultura; da luminosidade dos holofotes, capaz de projetar para o estrelato aqueles unguídos para personificarem os desejos e sonhos do imaginário social, ao mais completo e significativo silêncio, quando este se faz necessário para inibir resistências e manter o *status quo*.

Se a sua racionalidade é a comercialização, é correto atribuir-se, no caso, à televisão o duplo papel de veículo e objeto de consumo. Corroborando com isto, Ferrés (1996) afirma que sua identidade, isto é, o que define a televisão como meio, é a publicidade. Segundo ele:

“A principal característica da televisão é a venda. Todos os programas vendem alguma coisa: idéias, valores ou produtos. Em consequência, a televisão deve vender a si mesma, o tempo todo. Para poder vender idéias, produtos e valores, os programas precisam conquistar o máximo de audiência. Para aumentar o consumo, o próprio meio deve se transformar em objeto de consumo” (p.26)

A partir dessa premissa, é possível compreender que a programação da televisão é (re)definida conforme os níveis de audiência (leia-se: possibilidades de consumo) que consegue alcançar. Para medi-los, são constantemente criados e aperfeiçoados métodos eletrônicos de controle de audiência, além das tradicionais pesquisas de opinião, tanto quantitativas quanto qualitativas, que até mesmo antecipam problemas e possibilitam correções de rota. Assim, grades de programação e telespectadores constroem-se mutuamente, mediados pela produção de necessidades de consumo e da sua aparente satisfação. Logo, pode-se deduzir que, se a lógica de construção das programações das redes de televisão obedece a pesquisas sobre índices que refletem a opinião dos telespectadores/consumidores, são estes quem pode provocar alterações nos programas e nos enfoques assumidos pela mídia, condição essa que depende da forma como se relacionam e respondem ao meio. Em vista da já exposta magnitude relativa às influências da mídia na produção de identidades sociais e na atribuição de sentidos dos discursos, torna-se explícita a relevância de se investir na formação da criticidade e da autonomia dos receptores/consumidores, a fim de que possam se tornar, coletivamente, agentes das mudanças que são reclamadas nas relações da sociedade com os meios de comunicação de massa.

Se assim é, parece pertinente, então, ratificar a afirmação anteriormente feita: se ainda importa, na atual sociedade, defender o esclarecimento como uso da razão comunicativa para compreensão cada vez mais autônoma da realidade, grande parte desta relevância decorre da necessidade de se fundamentarem leituras críticas quanto ao papel exercido pela mídia no precário e assimétrico equilíbrio do sistema social que ajuda a produzir, e da necessidade de transformá-lo, numa perspectiva emancipatória.

Obviamente que as possibilidades acima preconizadas, da necessidade de esclarecimento das relações entre sociedade e meios de massa, aplicam-se tanto à totalidade destas relações quanto à especificidade em que se pauta a organização do presente trabalho, isto é, ao âmbito da mídia esportiva e seus discursos sobre exercício físico/saúde e esporte, na ótica e na perspectiva de intervenção da Educação Física/Ciências do Esporte. Para tanto, é necessário a esta área reconhecer minimamente o “estado atual da arte” e as abordagens de investigações utilizadas no campo das chamadas Ciências da Comunicação, a fim de que, nesta interface, possa com elas implementar diálogo interdisciplinar e potencializar as possibilidades de emancipação, pela via do esclarecimento, neste específico campo da cultura. É o que se procede no tópico seguinte, em que se objetiva proceder aproximação do marco referencial teórico adotado – a Teoria Social Crítica - a vertente crítica do campo comunicacional: trata-se dos estudos relativos ao campo da recepção e dos mediadores culturais na construção de significados particulares à mensagem midiática, conformados na chamada tendência Latinoamericana da Sociologia da Comunicação.

2. 3. Dialética das mediações: a formação cultural do receptor-sujeito

O campo acadêmico das Ciências da Comunicação (também denominada Comunicação Social) é, assim como o da Educação Física/Ciências do Esporte, relativamente novo. Sua importância, em termos disciplinares, passa a existir somente em consequência da expansão técnica da sua área aplicada (meios) e do surgimento da noção de comunicação de massa. Vale dizer: a partir da constatação da sua capacidade de interferir culturalmente nos valores, desejos e condutas da, cada vez maior, audiência de massa ou conjunto indiferenciado de receptores. Lembrando que tal evidência, para espanto dos alemães exilados Adorno e Horkheimer, eclode na sociedade americana do final da primeira metade do século (situação a que denominaram Indústria Cultural), não é estranho que as primeiras tendências de estudo da mídia tenham se pautado pela psicologia comportamentalista e por teorias funcionalistas, tão em voga nos meios acadêmicos e empresariais daquele país (Sousa, 1995). Em tal enfoque, são objetivados a manutenção e o aperfeiçoamento constante do sistema, podendo ser traduzidos como eficiência dos meios e

eficácia do produto. A uniformização dos procedimentos e o controle empírico dos seus resultados provoca o surgimento de agências publicitárias e de pesquisa sobre opinião pública. Nesta busca pela caracterização e construção do modelo de consumidor-médio, são desconsideradas as diferenças estruturais e possíveis percepções singulares da audiência. O sentido sociológico de massa tomado pelos estudos comunicacionais de então, como se observou anteriormente em Cohn (1973) e Beltrão e Quirino (1986), preconizava a indiferenciação deste conjunto fragmentado de receptores, vez que pressupunha serem pouco significativas as estruturas individuais de atribuição de sentido próprio ao conteúdo da mensagem massiva. Na perspectiva de mensurar índices de alcance e sucesso do impacto produzido por ela, os receptores eram instrumentalmente utilizados, percebidos apenas como fornecedores de informações ou *recall* para pesquisas de opinião a respeito de aspectos específicos como tempo médio de permanência em contato com o meio, relações de consumo com produtos anunciados, credibilidade atribuída a informações veiculadas, etc.

Com o avanço científico da cibernética e da telemática, o funcionalismo transfere da mensagem para os meios o ponto fulcral determinante das relações entre emissor e receptor, ou mais apropriadamente, entre produtor e consumidor. A partir de estudos realizados nos centros de pesquisa de inteligência artificial, produzem-se teorias de processamento da informação aplicadas ao campo da comunicação social, que se caracterizam pelo rigor metodológico e pela aparente neutralidade, auto-proclamados pelo seu caráter de ciência (Martin-Barbero, 1987). Numa notável inversão só possível graças a esta arquitetura tecnológica, a matriz, isto é, a mente humana reproduzida para a produção de protótipos de investigação passa a ser inferencialmente tratada e controlada a partir das descobertas operadas em suas cópias robotizadas. Admitindo que, por tal meio, já são conhecidos os modos cognitivos padrão (também os estéticos e morais?) do receptor interagir com os procedimentos operacionais informacionais, as atenções de teóricos e profissionais centram-se na correta utilização dos meios e na sua exploração criativa. Situações como a erotização das mensagens, a produção de linguagens híbridas resultantes da integração de diversas outras (verbais e não-verbais), e a aceleração da sua apresentação, visando alcançar o âmbito das emoções e evitar o plano racional (tão presentes na atualidade do discurso midiático), são exemplos de técnicas incorporadas a partir destas teorias.

Também decorrem da tecnologia de processamento da informação, embora seja necessário admitir certa extrapolação em relação aos seus enunciados primários, as estratégias igualmente eficientes de publicização da vida privada e espetacularização da sociedade, que objetivam conferir realismo ao seu conteúdo, ainda que forjado. Se, como afirmava McLuhan, os meios técnicos tornaram-se extensão e prolongamento dos sentidos do homem (cf. Beltrão; Quirino, 1986), dar a ele, virtualmente, a sensação de estar compartilhando da privacidade de seus ídolos e figuras de referência pode significar torná-los identificados, próximos, íntimos. Os comportamentos imitativos, determinados pela categoria psicológica da identificação, explicam o sucesso das campanhas publicitárias baseadas neste processo.

Contra a tendência cientificista de substituir a natureza cultural da comunicação pelo processamento tecnológico da informação, cabe, todavia, registrar a necessidade de que equívocos sejam evitados pelo uso indevido de ambas as expressões como sinônimos. O cientista social português Adriano Duarte Rodrigues (1994) alerta que deve-se ter cuidado para não confundir a esfera da informação com a dimensão da experiência comunicacional: percebidas como não-antagônicas, ligadas entre si através de relações específicas e complexas, mas, sobretudo, âmbitos diferentes. Enquanto *informação* é produto unilateral e unidirecional, e compreende o conjunto de acontecimentos significativos por sua imprevisibilidade (a mensagem), transmitido por alguém que é suposto conhecê-lo (emissor), através de processos técnicos desenvolvidos para tal fim (meios), para um ou mais destinatários que, supostamente, o ignoram (receptores), a *experiência comunicacional* é um processo recíproco de trocas simbólicas (portanto cultural), fundamentadas na compreensão intersubjetiva de símbolos concebidos e reconstruídos socialmente para mediar a interação humana.

Efetivamente, o domínio informacional é, cada vez mais, o campo da tecnologia que, através de meios industrializados (telefax, televisão por satélite, redes informatizadas, Internet, etc.), determina abundância e instantaneidade da informação, além de produzir enquadramentos mais ou menos homogêneos da realidade que são veiculados em esfera planetária. Entretanto, o fato de se compartilhar das mesmas informações, com o aparente encolhimento do tempo e do espaço, não garante que este acervo informativo tecnologicamente disponibilizado seja totalmente

assimilado e compreendido pelos seus receptores. Nem, tampouco, que os sentidos atribuídos por estes à representação da realidade que é projetada a partir deste discurso midiático, sejam os únicos, mesmo entre pessoas de igual grupo cultural ou classe social. Como enfatiza Rodrigues:

“apesar de a percepção da realidade se ter assim tornado um produto tecnicamente elaborado pelos ‘media’, cada um de nós continua, no entanto, a interpretá-la no quadro da experiência espontânea da sua própria cultura” (1994, p.27).

Esta diferença de níveis de percepção, assimilação e representação da realidade origina, muitas vezes, posições quase antagônicas entre a esfera da informação e a dimensão comunicacional. A indústria da informação visa neutralizar a subjetividade forjada pela experiência cultural individual e coletivamente organizada, na expectativa de tornar objetiva, homogênea e única a interpretação da mensagem transmitida. Neste âmbito, a atividade mental exigida limita-se à compreensão dos códigos linguísticos e à sua memorização. Por seu lado, o processo comunicacional, a exemplo do que preconiza Habermas através da sua já referida tese sobre a racionalidade comunicativa, é uma relação intersubjetiva em que são configurados e reconfigurados sentidos próprios à massa de informações veiculadas. A quantidade e a rapidez de circulação destas implica que sejam filtradas e procedidas escolhas determinadas pela história singular, projetos e interesses pessoais e de grupos de pertencimento, fazendo com que apenas uma pequena parte das informações passe a integrar a experiência cultural comunicativa individual. Este procedimento exige níveis de atividade mental mais complexos, como funções seletivas e de flexibilização do conhecimento para aplicação em outras circunstâncias, análogas ou não. Até porque, como afirma Wagenschein (citado por Kunz, 1999, p.37), *“o que a gente precisa descobrir por conta própria deixa pistas/caminhos no intelecto, que depois podem ser usadas para outras possibilidades e oportunidades de conhecimento”*.

Em oposição às concepções funcionalistas, baseadas em enfoques positivistas da ciência - que desconsideram as diferenças das identidades culturais, provocando intencionalmente confusão entre informação e comunicação, e inviabilizando, assim, ações de resistência e auto-organização social - , o campo midiático torna-se palco de posições contraditórias introduzidas por

abordagens críticas da sociedade, como as teorias marxistas e frankfurtianas⁴⁹. Ao caráter subliminarmente ideológico e conservador, requerido pela aparente neutralidade científica aplicada à comunicação social, preferem responder com chamamento à ideologização definitiva e explícita do processo comunicacional, percebido agora como espaço para a construção da nova sociedade socialista. A denúncia da utilização privada dos meios de comunicação pelos interesses hegemônicos na sociedade e pelo Estado burguês, seu representante legal, ainda que consiga causar estragos pontuais e abrir algumas brechas para o questionamento quanto ao seu uso social, não consegue, entretanto, articular processos coletivos e permanentes de enfrentamento e ocupação emancipada dos chamados “*meios técnicos de produção da indústria de consciências*”, como preconiza o teórico marxista Hans Enzensberger (1978). Segundo ele, a ausência de uma teoria socialista para os meios de comunicação, que revertesse a noção de massa e instituisse o receptor singular e socialmente organizado, revelou-se um entrave para a superação do estado denunciado, porque não gerou resultados concretos em curto prazo, convertendo-se assim num quadro de impotência e até mesmo de certo conformismo. Agrava esta situação um equivocado entendimento instrumental dos veículos de comunicação, percebidos apenas como ferramentas assepticamente utilizadas por interesses que se confrontam na sociedade, adquirindo a conotação de maus, quando sob o controle das elites e oligarquias, ou bons, se apropriados pelas camadas populares (Martin-Barbero, 1987). Também aliado a isso, a centralidade atribuída pela crítica marxista ao aspecto econômico e ao domínio sobre os bens materiais de produção contribui para que se secundarize a luta pelo controle social e estabelecimento de relações emancipadas com os meios de comunicação.

Enquanto isso, na Europa, estrutura-se vertente igualmente crítica, orientada porém em teorias de pós-estruturalistas franceses, sobretudo Touraine, Mafesoli e Deleuze, cuja ênfase na fragmentação da vida social os coloca em direção contrária ao rigor das metanarrativas explicitadas pelo marxismo e herdeiros da Ilustração. Ainda que essas novas posições consigam superar a limitação do embate social ao aspecto econômico, sua descrença em relação a

⁴⁹ Parece não ser demais repetir que foi mecanicista e demasiadamente ortodoxa a apropriação de aspectos da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt por pesquisadores da área da comunicação nos anos 70, especialmente no que se refere ao conceito de Indústria Cultural, como se viu anteriormente.

alternativas universalisantes fragiliza as tentativas de articulação de ações coletivas porque particulariza e dispersa local e temporalmente o enfrentamento contra-hegemônico.

Na mesma direção crítica, todavia assumindo posição marcadamente culturalista, forja-se tendência denominada *Latinoamericana* no campo das investigações em Sociologia da Comunicação (Sousa, 1995; Lopes, 1996; Jacks, 1999), centrada nos estudos de recepção e contextualizadas a partir de identidades culturais mais significativas em relação ao processo histórico e social dos povos da América Latina. Próxima de bases marxistas (ou neomarxistas) que objetivam, sobretudo, superar o restrito caráter economicista, esta corrente advoga a favor da cultura, como espaço de produção de sentidos relativamente autônomos à comunicação massiva. Em sua fundamentação conceitual específica, destacam-se sobretudo os ensaios e pesquisas⁵⁰ desenvolvidas no sentido de: i) compreender o processo de consumo simbólico dos bens culturais, coordenadas por Néstor Garcia Canclini; ii) investir na educação para a recepção ativa, conforme programa do CENECA⁵¹; iii) resgatar para os movimentos sociais organizados e as classes populares o uso social dos meios, via mecanismo das mediações culturais, proposto por Martín-Barbero e; iv) enfocar a audiência de forma integral, a partir do conjunto de múltiplas mediações que configura a recepção midiática, conforme sugere Guillermo Orozco.

2.3.1. Os estudos de recepção

Após esta breve sinalização do contexto em que ocorre o desenvolvimento da chamada tendência Latinoamericana, importa agora deter-se um momento na explicitação do que sejam os estudos de recepção e na sua importância para a constituição desta virada epistemológica nas pesquisas sobre comunicação e cultura no continente. Como se viu nos parágrafos anteriores, a ênfase na análise crítica ao pólo emissor, aos meios e à mensagem no espectro da teoria comunicacional deixou a descoberto o âmbito da recepção midiática, desconsiderando a riqueza de aspectos culturais que configuram este processo.

⁵⁰ Síntese construída a partir de artigo de Jacks (1997).

⁵¹ Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA), com sede no Chile.

Segundo Lins da Silva (1985), a presença limitada de estudos de recepção não significa que a esfera da audiência tenha sido descuidada na pesquisa sobre os meios. Pelo contrário, os interesses ideológicos e comerciais voltados para a percepção de como se comportam os destinatários finais da mensagem mediada sempre se fizeram notar, desde o advento da expansão e do crescimento do alcance dos meios tecnológicos de difusão. O conhecimento sobre aspectos como tamanho e constituição estrutural (idade, sexo, etc.) da audiência, tempo de exposição e fidelidade aos meios, entre outros, é importante para que sejam procedidas correções de rota nos perfis editoriais e de programações e também para quando são (re)negociados os contratos de publicidade. Entretanto, as iniciativas e, portanto, a perspectiva desde onde se processam estas investigações, na grande maioria dos casos, decorrem dos próprios detentores ou concessionários dos veículos (empresários do setor jornalístico) ou ainda de interessados na eficácia da mensagem (publicitários, anunciantes, políticos, etc.). Assim, os receptores individuais, nestes estudos, são considerados apenas unidades de resposta em pesquisas de opinião, cujos objetivos atendem a interesses que não lhes dizem respeito diretamente. Ainda mais, continua o autor, por serem tomados atomisticamente, como indivíduos isolados, tais investigações não alcançam nem estão interessadas em captar as interações sociais que se produzem para constituição do cenário receptivo coletivamente compartilhado.

Outra constatação provém de Martin-Barbero (1995). Segundo este autor, as concepções tradicionais (funcionalistas e pseudo-científicas) são etapistas, porque percebem segmentadamente os componentes do processo comunicacional, tendo a recepção apenas como uma das etapas, talvez a menos importante. Neste sentido, os receptores são considerados passivos, como unidades finais de destinação e não como atores sociais capazes de atribuir significados diversos daqueles de que se reveste originalmente a mensagem. Segundo ele, nesta perspectiva está colocada uma concepção epistemológica condutivista, que faz da recepção apenas um espaço de chegada e nunca de partida, isto é, de produção de sentidos à mensagem. Pior ainda, continua o autor, é que são caudatárias deste mesmo entendimento fragmentador e etapista do processo de comunicação algumas denúncias e críticas de cunho marxista quanto ao caráter manipulatório dos meios e à incapacidade de reação autônoma por parte do receptor, que

restaria imobilizado diante do processo massivo da informação, cujos significados unívocos já lhes chegariam prontos, impermeáveis e refratários a qualquer reflexão.

De acordo com esta concepção, que entende a esfera da recepção como recipiente vazio destinado somente a armazenar conhecimentos produzidos em outro pólo, o da emissão, justificaria-se o abandono promovido em relação ao receptor, "este pobre coitado, indefeso", e a atribuição de importância somente ao controle sobre os meios de produção e circulação de significados. Ainda que o estabelecimento de novas relações nestes âmbitos não possa ser negado como necessário ao processo de democratização do acesso e uso social dos veículos de comunicação, há nesta concepção clara explicitação de descrença na capacidade de emancipação humana, por desconsiderar que a pretendida sociedade livre é formada por cidadãos que se tornam livres pelo esclarecimento. Esta compreensão é plenamente refutável, até porque se fosse assim, isto é, se a emancipação só pudesse acontecer unidirecionalmente, no sentido do todo (sociedade) para as partes (cidadão), nem a percepção deste processo seria dialético e nem haveria o que se fazer pelo receptor senão recomendá-lo esperar pela transformação da sociedade. Além disso, a substituição progressiva dos Estados-nacionais pelas corporações transnacionais e organismos internacionais tem demonstrado que se encontra ainda mais limitado o poder social do Estado quanto à prerrogativa de promover por outorga a liberdade da sociedade, o que parece confirmar a necessidade da sua reconstrução pela iniciativa de indivíduos emancipados e coletivamente organizados.

Contra tais visões imobilizantes, insurgem-se estudos mais recentes sobre recepção, isto é, que visam a ocupação do lugar e da condição de sujeito pelo agente da recepção. Mattelart e Mattelart (1991) denominam isso de um benvindo retorno da comunicação ao receptor-sujeito. Desta maneira, aquele que anteriormente era visto como consumidor passivo ou indefeso assume o estatuto de também produtor, senão do significado original da mensagem midiática, por certo de sentidos próprios a ela atribuídos, conforme suas estruturas culturais e cognitivas de recepção. Reconhecer esta capacidade de mudança de paradigma no processo receptivo, a fim de investigar os procedimentos sociais em que tais inversões tornam-se explícitas, requer que outros olhares epistemológicos sejam dirigidos à esfera da comunicação de massa. Assim, para Jacks,

“Estudiar la recepción, es decir, reconocer al receptor como sujeto del proceso de recepción, requiere de una nueva postura metodológica, basada en presupuestos que avancen en dirección de un nuevo modelo teórico” (1997, p. 175).

Com a autoridade de ser um dos pioneiros e ainda dos mais ativos entre os pesquisadores da área na América Latina, Martin-Barbero (1995) concorda com esta afirmativa, considerando que a recepção é um lugar novo, de onde deve ser repensada toda a pesquisa em comunicação. O modelo que denomina mecânico - aquele em que informação e comunicação são tomadas como sinônimos, assim como necessariamente coincidentes seriam os significados pretendidos pelo produtor e os sentidos atribuídos à mensagem por cada receptor - não permite que as diferenças culturais que constituem estruturas mediadoras do processo de recepção midiática sejam consideradas nas investigações, porque nele inexistem modelagens metodológicas que dêem conta da interpretação desta infinidade de variáveis da cultura que interferem na produção de sentidos. Para expressar estas dificuldades operacionais, o autor retoma e amplia algumas categorias de mediação que, em obra anterior (Martin-Barbero, 1987), já havia identificado como importantes para os estudos da formação da recepção. A título de exemplo, recolhem-se algumas destas para ilustrar o pensamento daquele autor.

A primeira categoria seria a *vida cotidiana* como espaço em que se instituem subjetividades e sujeitos relacionais, e também como lugar onde não mais apenas se reproduz a força do trabalho com a participação da Indústria Cultural, mas sobretudo em que se dá uma nova relação, lúdica, prazerosa e desejante do receptor com os meios. A sociologia da cotidianidade e a etnometodologia têm mostrado que no âmbito do semiprivado, isto é, no espaço compartilhado pela família, parentes, amigos e vizinhos, a racionalidade instrumental cede terreno a uma outra sensibilidade, a outros códigos comunicativos que influenciam na construção de sentidos particulares em relação à mensagem, cujo reconhecimento é indispensável para a compreensão dos processos de recepção. Outra categoria a ser necessariamente recolhida para os estudos na área, segundo o autor, refere-se à *heterogeneidade das temporalidades culturais*, conhecida também como dialética do tempo, que gera a coexistência de culturas arcaicas (ou da tradição, que celebram e reverenciam o passado), residuais (que vivem o passado no presente, configurando a história social cotidiana) e emergentes (que projetam e experimentam o futuro).

Por conseguinte, diferentes formas de se relacionar com a tecnologia comunicacional podem ser observadas, constituindo-se em mediações que produzem sentidos próprios à mensagem midiática. Também importante é a categoria decorrente das estruturas determinantes das *práticas de consumo simbólico*, mediado pelos veículos de comunicação de massa. Num meio em que a publicidade tornou-se o pano de fundo da informação e do entretenimento eletronicamente disponibilizado, é necessário entender e investigar o consumo tanto como lugar de demarcação das diferenças sociais e de afirmação da distinção simbólica entre classes, quanto de circulação de evidências destas diferenças, isto é, de comunicação entre si dos sentidos próprios atribuídos por cada classe, para que tal distinção seja reconhecida e legitimada. Estão ligadas a esta categoria as exclusões e segregações como o consumo de cultura popular e erudita, de gêneros (literário, cinematográfico, TV aberta x assinatura, etc.), de lazeres e outros.

2.3.2. As múltiplas mediações da recepção

Tais características particulares e sociais constroem a idéia alargada de cultura com que Martin-Barbero configura as mediações que intervêm no processo de produção de sentidos e de recepção midiática e que, por isso, precisam ser metodologicamente incluídas nos estudos sobre este âmbito da comunicação. O autor, todavia, alerta que toda esta importância atribuída aos estudos de recepção não deve levar ao entendimento equivocado de que agora emissor, mensagem e meio não têm mais relevância e que cada receptor pode fazer o que quer com a mensagem. Deslocar o pólo de interesse investigativo para a recepção não deve significar ingenuamente deixar de considerar as estratégias com que os produtores primários dos significados da mensagem os constituem, nem os interesses que os levam a tanto, mas sim de que se deseja propor uma nova interação entre emissor e receptor, onde ambos (e não mais apenas o primeiro) sejam ativos e esclarecidos de suas necessidades e desejos de comunicação, ou seja, um processo simétrico de negociação dos seus sentidos e significados (Martin-Barbero, 1995).

Percebido neste novo contexto epistemológico, complexo e contraditório, no qual passam a ser ressignificados os sentidos objetivados pelos meios, este sujeito da recepção interage com o emissor para se apropriar da informação através de *mediações*, entendidas como mecanismos culturais tanto universais quanto particulares que se constituem na instância desde onde o receptor-consumidor produz sentidos próprios para o processo de comunicação. Estudiosa do conceito, cuja teoria de base lhe vem servindo para fundamentar seus estudos no campo da recepção, Jacks (1999) entende que,

“Mediação pode ser entendida, portanto, como um conjunto de elementos que intervêm na estruturação, organização e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade. As mediações produzem e reproduzem os significados sociais, sendo o ‘espaço’ que possibilita compreender as interações entre a produção e a recepção” (p.48-49).

De forma mais simplificada, Lopes (1996) define as mediações como múltiplos filtros constituídos pela interação entre a cotidianidade e a formação cultural, por onde passam e são significados quaisquer tipos de comunicação no plano do receptor.

Alinhando-se à perspectiva da racionalidade comunicativa proposta por Habermas, parece válido considerar a indispensável contribuição do esclarecimento para o fortalecimento de tais estruturas mediadoras da construção de sentidos pela recepção. Ou seja, é bastante provável que o desenvolvimento de maior senso de criticidade por parte do receptor, com vistas a romper com a semicultura induzida e capacitar para melhor discernir entre interesses e necessidades de consumo que se manifestam através dos significados das mensagens midiáticas a que se expõe cotidianamente, irá torná-lo mais autônomo e seletivo, em condições de “negociar” estes sentidos em bases emancipadas.

Cabe a outro investigador latinoamericano, Guillermo Orozco (1991), optando por centrar-se nos estudos sobre o veículo televisão⁵², retomar o conceito de mediação para demonstrar a necessidade de elaborá-lo em termos mais sistemáticos, na direção de inseri-lo como elemento

⁵² Opção que Orozco justifica por considerá-la, até aqui, o mais bem acabado e eficaz meio técnico de produção e transmissão de informação e, ao mesmo tempo, *“una institución social, productora de significados, definida históricamente como tal y condicionada política, económica y culturalmente”* (Orozco, 1991, p.55).

teórico-metodológico fundante desta nova perspectiva da pesquisa sobre recepção, o que atende ao preconizado por Martin-Barbero. Segundo ele, mediação deve ser entendido como um processo estruturante que configura e reconfigura, tanto a interação dos telespectadores com os meios de comunicação quanto a criação, por esta mesma teleaudiência, dos sentidos dessa interação. Assim, conforme o autor, atribuindo-se um enfoque integral para a audiência torna-se possível pensar numa educação crítica para a recepção, com vistas à emancipação do telespectador, através dos esforços de tornar transparentes e menos assimétricos os processos de interação entre emissores e receptores. Entendendo, porém, a mediação como um processo complexo e difuso, Orozco (1993) desenvolve as bases do que denominou "*dialética da recepção*" (p.58), esquematizando um modelo analítico das múltiplas mediações que interagem na produção de sentidos, composto por categorias que têm a comunicação e a cultura como principais eixos articuladores: mediações individual, situacional, institucional e tecnológica, a saber :

- a) *mediação individual*, dividida em *estrutural*, *cognoscitiva*, *estética* e *moral*: refere-se às condições próprias do sujeito da recepção, estando a primeira ligada a fatores como idade, sexo, etnicidade, etc., enquanto que as demais, aos "*esquemas mentais do telespectador*" (p. 61), em que conhecimentos anteriores, definição de gostos e estilos e escala de valores levam à constituição de sentidos e apropriações diferenciadas.
- b) *mediação situacional*: reflete sobre os cenários e as condições espaciais através das quais o telespectador assiste à TV, podendo ser compreendida a partir de respostas a questões do tipo: assiste-se só ou em companhia de outros? São feitos comentários sobre a mensagem recolhida? A atenção dispensada ao meio é integral ou difusa? De que outros meios de informação se utiliza o receptor?
- c) *mediação institucional*: destaca as diversas instituições sociais de que faz parte o sujeito receptor e que exercem importante papel na significação dada à comunicação. Doutrinas religiosas ou ideológicas, posições políticas, saberes práticos e conhecimentos profissionais específicos, entre outros, constituem-se em diferenciais para a configuração da recepção midiática.
- d) *mediação tecnológica*: refere-se a formas particulares do meio de reproduzir e recriar eletronicamente as características sociais recolhidas da realidade, que funciona como uma

mediação especial. A reconstrução das temporalidades, a imbricação de diferentes linguagens, a produção de gêneros específicos (novela, notícias, variedades, musicais, esporte, etc.) funcionam como elementos pré-estruturantes da recepção televisiva.

Apesar da aparente organização sistemática deste conjunto de estruturas de intermediação da recepção, Orozco (1993) alerta para a complexidade do sistema de mediações múltiplas, que não devem ser entendidas como instâncias estanques, lineares e estáveis. Pelo contrário, a interação TV-receptor compreende combinações entre as mediações que podem variar ao longo do tempo, pela ocorrência de fatos que alterem o cotidiano do receptor ou ainda pela inclusão de novos elementos culturais no processo comunicacional. Ratifica isso ao lembrar que *“el teleauditorio no nace, sino se hace, y se hace diferentemente debido a las especialidades en sus prácticas receptoras de la TV”* (p.67-68). Tal fator impõe-se como dificuldade a mais para as pesquisas sobre recepção televisiva, cuja operacionalização, segundo o autor, pode ser viabilizada através do recurso metodológico da delimitação de *comunidades interpretativas* a serem investigadas. Uma comunidade interpretativa constitui-se de grupo de sujeitos sociais, interligados por um conjunto de práticas sociais particulares, que estruturam significações específicas decorrentes de uma determinada combinação de mediações. Assim, os estudos de recepção podem empregar métodos comparativos, desde que igual estruturação dessas interações estejam garantidas em diferentes teleaudiências, isto é, que a evidência do mesmo conjunto de mediações configurantes da recepção televisiva seja preservada nas comunidades interpretativas investigadas.

Na Educação Física brasileira, já foram desenvolvidos alguns estudos de recepção que se utilizaram do conceito de mediação e da dialética das múltiplas mediações para análise sobre sentidos atribuídos à mídia relacionada à atividade física e esporte por comunidades interpretativas específicas. Pode-se referir os trabalhos de Carvalho, Hatje e Lois (1998) e de Amaral (1999). O primeiro visou perceber como são interpretados, por comunidades escolares socioeconomicamente diferentes, diversos materiais publicitários veiculados em rede de televisão, tendo os chamados esportes na natureza como eixo comum de animação. A influência do apelo ecológico, tão valorizado presentemente, associada à sensação de liberdade de movimento

implícita nas atividades físicas em contato com a natureza, parecem ser determinantes na esfera da aceitação e fixação da imagem dos produtos veiculados, ainda que isso não se reflita tão diretamente sobre o âmbito do consumo destes, que segue escalas diferentes conforme as classes sociais investigadas, podendo ser percebidas como mediações possibilitadoras de atribuições próprias de sentidos. Por outro lado, o estudo de Amaral envolveu diferentes grupos de adultos praticantes de atividades físicas, segmentados pelo critério de espaço utilizado para o exercício regular, cujos discursos sobre corpo e atividade física foram analisados em comparação com o conteúdo de mensagens televisivas sobre estes mesmos temas, veiculados em programas do gênero e acompanhados pelos sujeitos da pesquisa. A interpretação dos resultados tanto revela apropriação fortemente coincidente ao sentido proposto pelo discurso midiático, quanto permite perceber a existência de mediações que proporcionam significações particulares e diferenciadas.

Os dois estudos demonstram a existência de certo espaço de resistência e autonomia no âmbito da construção de sentidos a respeito da temática exercício físico e esporte, constituído por estruturas de mediação próprias dos receptores, espaço esse que se abre como possibilidade e, mais do que isso, como compromisso social de intervenção dos profissionais da área, para atuação na perspectiva do esclarecimento e da percepção emancipada em relação ao discurso da mídia. Todavia, estudos de recepção realizados junto a acadêmicos da UFSC (Pires; Gonçalves; Padovani, 1999-a e 1999-b, já citados anteriormente) levam ao entendimento de que a condição diferencial para qualificar esta intervenção esclarecida/esclarecedora dos futuros profissionais, qual seja, o fortalecimento da mediação institucional "formação profissional em Educação Física" não parece vir se constituindo em tema de reflexão no seu interior e tampouco se expressa de forma significativa na recepção à mídia esportiva, quer se considere a posição do estudante da área na estrutura curricular, quer seja comparado com acadêmicos de outros cursos de graduação.

Seguindo a mesma linha de raciocínio desenvolvido nos estudos anteriormente citados, urge que as lacunas entre formação acadêmica e necessidades sociais relacionadas ao campo de intervenção profissional sejam percebidas e superadas, principalmente em vista da importância que o trinômio estética/saúde/entretenimento, temáticas estreitamente ligadas à Educação Física, vêm ocupando nas programações da mídia e na cultura cotidiana em geral.

2.4. A formação acadêmica como espaço/tempo de educação para a mídia

Tal preocupação pode ser inserida no contexto da *educação para a mídia*, vertente pedagógica consonante com a corrente Latinoamericana dos estudos sobre a mídia, em que interagem os campos da Comunicação e da Educação (e o da Educação Física, por que não?). Orientada inicialmente na denúncia à manipulação ideológica imposta pelos meios e redimensionada, a seguir, na perspectiva (iluminista) da construção da autonomia do receptor pela via da formação cultural, esta tendência educacional encontra seu espaço no interior da Pedagogia da Comunicação, âmbito mais amplo que inclui estudos para definição de estratégias a fim de promover a interação das situações formais de ensino com os recursos tecnológicos de informação (TV-vídeo, PC-internet e outros), tanto com vistas ao seu uso como ferramentas facilitadoras do processo pedagógico presencial quanto na viabilização de programas de educação à distância (Penteado, org., 1998). Em comum, a compreensão de que a popularização dos meios de comunicação, independentemente de fatores como classes sociais ou idade, gerou novas formas de apreensão mediada da realidade que estão presentes na escola, se não enquanto recursos técnicos, certamente na cultura dos estudantes. Este fato precisa ser favoravelmente apropriado pelo sistema educacional, justificadamente por duas premissas básicas: i) a familiarização com o *modus operandi* desses instrumentos e a interatividade que eles promovem pode funcionar como motivador para a apropriação ativa e criativa dos temas de ensino relacionados a conhecimentos universalmente acumulados; ii) seu uso com relativa autonomia, através de programas que orientem e estimulem a pesquisa, aplicação e revisão de conhecimentos por parte dos estudantes, permite racionalização de recursos necessários e pode ampliar as áreas de cobertura dos sistemas educacionais.

Parece ser este o caso da supervia de informação proporcionada pela rede mundial de computadores, a Internet, que pode ser utilizada como ferramenta de busca e atualização do conhecimento e também na condição de meio possibilitador de uma “socialidade *on-line*”, conforme aponta Kenway (1998). Concebida inicialmente como recurso rápido e de baixo custo para intercâmbio entre pesquisadores de universidades americanas, a rede teve um crescimento

espantoso nos últimos dez anos, tornando-se um meio técnico que oferece tanto funções estáticas de consulta e recolhimento de informações, como também constitui espaço interativo (*ciberespaço*) para contatos por endereçamento ou em tempo real. Nos sistemas escolares, sua apropriação tem sido bem mais parcimoniosa e de forma reducionista, considerada apenas como instrumento de auxílio a pesquisas e em algumas estratégias isoladas de integração com grupos ou escolas distantes. Com contido entusiasmo em relação às aplicações da Internet na formação escolar, Jane Kenway destaca que toda e qualquer inovação tecnológica utilizada no processo educativo precisa garantir um espaço de diálogo crítico e de avaliação emancipatória, que permita a incorporação ativa dos novos conhecimentos e do próprio universo dos meios. Acima de tudo, afirma ela, “*os jovens precisam de currículos que lhes ajudem a avaliar os custos e as vantagens e a fazer escolhas sensatas sobre o papel que os novos meios de informação exercem em suas vidas no trabalho, em casa e em outros locais*” (p.111).

Na mesma direção, Pedro Demo (1998), pondera que, para que aquilo a que chama *teleeducação* seja realmente educação, requer constituir-se em processo formativo; significa dizer, precisa intervir também na formação de princípios e valores coerentes com a vida em sociedade e a cidadania; caso contrário, torna-se *telensino* ou instrução, promotora de sujeitos tecnicamente alfabetizados mas, sobretudo, analfabetos sociais. Portanto, segundo o autor, qualquer projeto de educação que queira ser assim denominado precisa conciliar estes dois momentos: o informativo, para o qual a instrumentação tecnológica pode representar auxílio inestimável, e o formativo, onde o próprio discurso dos meios de comunicação deve ser objeto de reflexão e crítica. Demo entende como compromisso devido pelo sistema educacional à própria sociedade que o instituiu, como forma de mútuo aperfeiçoamento, a permanente vigilância e crítica a respeito de práticas sociais que estejam cerceando ou limitando a liberdade individual e coletiva, entre os quais estão os fundamentalismos de qualquer natureza, a reificação da tecnologia e a formação de monopólios (como os empreendidos pelos meios de comunicação de massa, pode-se acrescentar).

Neste sentido, educar para a mídia pode representar a formação de cidadãos que, organizados em instituições autônomas, como associações, partidos, sindicatos, ONG's, mas também diretamente, através de suas ações privadas e profissionais, contribuam para com a

emancipação social, exercendo papel fiscalizador, de denúncia e de pressão contra ações de grupos da indústria midiática que estejam negando e negando-se ao compromisso social dos meios de comunicação. Como lembra Hatting (1998), é preciso aprender a ler a mídia, reconhecendo os mecanismos de produção de sentidos que atribui à mensagem, a fim de manter postura crítica a seu respeito. Na mesma direção, Belloni (1995), outra pesquisadora da área de educação para os meios, entende que

“a capacidade de a sociedade controlar o poder massificador e manipulador da mídia passa necessariamente [...] pela educação para a mídia, buscando formar o receptor crítico, ativo, inteligente, capaz de distanciar-se da mensagem midiática e exercer sobre ela seu poder de análise e crítica” (p.35).

Sem resvalar para o moralismo neutro denunciado por Martin-Barbero (1987) - que julga (e absolve) os veículos de comunicação entendendo-os apenas como meio técnico e descuidando, portanto, das injunções instituídas sobre eles por interesses políticos, de famílias ou grupos específicos⁵³ -, Belloni adverte que, em vista do seu alto poder de influências sobre as diferentes esferas da sociedade, *“a mídia pode ser um meio para a consolidação da democracia ou uma arma extremamente eficaz para a dominação política e a opressão social”* (1995, p.36). Assim, para que a sociedade organizada passe a exercer controle democrático de forma contínua e sistemática sobre a mídia, é necessário implementar ações político-pedagógicas para a formação da autonomia do telespectador, capacitando-o a consumir criticamente a mensagem midiática. É preciso, então, que universidade e escola assumam o compromisso social de intervir no processo de esclarecimento; a primeira, produzindo conhecimentos e capacitando profissionais que subsidiem técnica e criticamente a sociedade para interações com a mídia. Já a tarefa de difusão deste saber/saber-fazer, pela abrangência do seu alcance, compete à escola, como talvez a única instituição capaz de conceber/implementar ações de natureza emancipatória sobre este tema, visto que, nem a mídia vai renunciar ao seu poder para atender aos objetivos libertários da sociedade, nem as famílias das classes populares, por uma série de limitações, conseguem garantir condições de conscientização a seus filhos para a leitura crítica da mídia (Belloni, 1991).

⁵³ Moraes (1998), analisando a realidade das empresas brasileiras de comunicação, demonstra o amplo predomínio destes segmentos como proprietários e/ou concessionários de veículos – rádios, jornais e televisão. O fato novo é a diversificação do segmento de grupos específicos, onde a igreja católica passou a ter a companhadas evangélicas.

Corroborando com este entendimento, Ferrés (1996) compreende que, se a televisão tornou-se hoje realidade presente em cada lar, ocupando grande parte do tempo livre de crianças e adolescentes, enquanto forma dinâmica de disseminação de valores culturais, compete a escola intervir no sentido de esclarecer os estudantes, isto é, auxiliá-los no desenvolvimento de ferramentas próprias para entender e avaliar os significados destes valores mediados pela televisão. Este é um compromisso com o qual confronta-se a escola nestes novos tempos:

“a escola tem a obrigação de ajudar as novas gerações de alunos a interpretar os símbolos da sua cultura [...]. Se educar exige a preparação dos cidadãos para uma integração reflexiva e crítica na sociedade, como serão integrados cidadãos que não estiverem preparados para realizar de forma crítica aquela atividade à qual dedicam a maioria do seu tempo? (p.9)

A possibilidade de intervenção pedagógica em vista da ação dos meios de comunicação massiva é percebida também por Orozco (1997), sustentando que o processo de recepção envolve bem mais do que os momentos de contato direto com o meio/mensagem televisiva: a decisão de ligar a televisão, selecionar o canal e o programa, ou simplesmente desligar, entre outras, são também manifestações da maneira de ser do telespectador. É sobre elas, isto é, sobre o processo que resulta em proceder escolhas que deve recair a educação para os meios. É preciso, segundo o autor, *“começar o jogo da mediação entre os meios, as instituições educativas e os processos de recepção de mensagens nos quais se envolvem os estudantes”* (p.61). Isto implica que professores e escola assumam papel ativo e propositivo como agentes mediadores entre o discurso midiático e a cultura cotidiana dos estudantes, no sentido de orientar a formação de estruturas que possibilitem também a educação para os meios que ocorre fora dos muros da escola. Concordando com Martin-Barbero quanto à perspectiva da autonomia relativa do receptor, observa que *“que o importante, tanto no processo de aprendizagem quanto no de comunicação, é o que sucede no polo da recepção, e isto não depende somente das intenções originais dos emissores, mas de muitos outros fatores”* (Orozco, 1997, p.65).

Outro aspecto que vem reforçar a importância da educação para a mídia é a já referida capacidade dos meios de produzir/orientar sentidos e construir identidades na cultura contemporânea, através dos símbolos e ícones que veicula, sintetizados principalmente na

linguagem publicitária, talvez a linguagem por excelência do nosso tempo, no dizer de Fischer (1999). A autora aborda esta questão a partir do que denomina a “estética da publicidade” na constituição de subjetividades, de modos de ser e estar no mundo cotidiano, ao mesmo tempo individualizadores e totalizantes. Se publicidade e consumo constituem o novo lugar onde visões de mundo se constroem, sua recepção na escola deve se dar na perspectiva de compreendê-las e confrontá-las com valores mais universais e perenes. É necessário, pois, uma apropriação criteriosa e crítica do discurso da mídia por parte da escola, para pensar formas de enfrentamento com esta cultura aligeirada e descartável (semicultura, no sentido adorniano), que fragmenta, reduz complexidades e “facilita” a formação de identidades submissas, conformistas, pseudoesclarecidas.

Apesar de longa, é irresistível a tentação de reproduzir a síntese proposta por Fischer, para quem, na escola,

“Torna-se cada vez mais urgente a realização de um trabalho de leitura dos acontecimentos sociais e suas inúmeras versões, tal como aparecem nos meios de comunicação, acompanhados de uma operação cotidiana de ultrapassagem dessas versões de senso comum da opinião pública, em direção ao pensamento científico, à subversão de um raciocínio absolutamente apoiado na lógica do mercado e, principalmente, à criação de espaços em que crianças e adolescentes possam encontrar referências suficientes para aprender a organizar, selecionar e hierarquizar o imenso volume de informações, dados, imagens, sons e opiniões que recebem todos os dias” (1999, p.29).

Outra defesa clara da educação para a mídia vem de lúcida entrevista concedida pelo professor José Carlos Libâneo à revista pedagógica Pensar a Prática (1998). Nela, posiciona-se firmemente a favor da introdução do estudo sobre processos comunicacionais, mídia e meios técnico-informativos nos currículos de formação inicial e continuada dos cursos de capacitação de professores, seja através de disciplinas ou de práticas organizadas na forma de vivências. Segundo ele, o profissional de educação precisa saber operar com relativa segurança estes meios e as competências comunicativas que eles lhe proporcionam, além de ser capaz de refletir criticamente sobre as mensagens, sentidos, emoções e atitudes que veiculam, vez que a mídia e as multimídias já estão na sala de sala, tanto como recurso técnico-didático quanto na forma de tema dos diálogos informais do cotidiano, inseridas na cultura midiaticizada dos estudantes.

Se se pensar a escola, conforme defende Libâneo, como espaço de síntese entre os conhecimentos formais e a cultura experienciada – onde se inclui aquela simbolicamente fruída através dos meios técnico-informativos e de comunicação de massa -, esta “negociação” deve ser mediada pela intervenção do professor, que precisa dispor de competências para tematizar tanto uma quanto a outra dimensão deste eixo articulador do currículo. Assim, já não basta ao professor o domínio sobre conteúdos e técnicas de ensino e avaliação do saber formal. Se ele não for capaz de reconhecer, organizar e trazer à discussão, de forma significativa, o conjunto de informações desconexas e fragmentadas que constituem o rico mundo da cultura cotidiana dos alunos, o processo educacional que promove será considerado desinteressante, enfadonho e ultrapassado.

Uma intervenção pedagógica com este perfil pode ser considerada também como educação para a mídia através do esclarecimento, pois, como se viu, é pertinente a este conceito os preceitos de racionalidade e crítica da realidade que se objetiva alcançar nesta perspectiva de ensino. Assim, fundar a ação didática desta “pedagogia da emancipação”, tal como denomina Libâneo (1998), na esfera da dialogicidade - ou da interlocução/reconstrução de saberes, como prefere Marques (1996) - significa privilegiar o âmbito da razão comunicativa habermasiana, enquanto espaço/tempo próprio para o esclarecimento na educação.

A inclusão tematizada dos meios de comunicação e de suas influências culturais na sociedade contemporânea, que se revela importante em relação à escola em geral (fundamental e média) e aos diferentes componentes disciplinares que compõem o seu currículo, faz-se ainda mais relevante no ensino superior, notadamente nas instâncias formadoras de professores, como condição precípua para que este profissional venha a desenvolver competência emancipatória, antes referida. Neste sentido, entende-se reforçados os argumentos favoráveis a inclusão da mídia esportiva como tema específico de estudo e como eixo curricular interdisciplinar para a Educação Física, cuja transversalidade permita ao professor em formação, simultaneamente à apropriação do conhecimento técnico sobre os mecanismos midiáticos de produção de sentidos, também a construção de visão de totalidade a respeito desta imbricação entre os conteúdos tradicionais da cultura de movimento e esportiva e os meios de comunicação de massa.

2.5. Articulando conceitos em busca de síntese provisória

Concluindo este capítulo, procede-se tentativa de construção de síntese articuladora dos conceitos aqui trabalhados, na perspectiva de explicitar a racionalidade de sua indicação como pressupostos teórico-conceituais a uma intervenção crítico-emancipatória no âmbito da formação acadêmica em Educação Física, no que diz respeito ao tema que trata das relações crescentes entre exercício físico/saúde/cultura esportiva e os meios de comunicação de massa.

Neste sentido, cabe inicialmente observação quanto à importância e atualidade do esclarecimento, enquanto conceito-guia para uma proposta de intervenção social voltada à construção da cidadania. Na reflexão sobre interesses humanos como condutores do conhecimento, perspectivada por Habermas (1994-a), os interesses técnico-instrumental e prático-social são mediados por um terceiro, emancipatório, universal e anterior a ambos, como condição para uma vida segura e justa. Para justificá-lo, ele aposta na força esclarecedora da reflexão, como racionalidade crítica. Já a partir da teoria do agir comunicativo (1987), na sua proposta de construção de um novo paradigma para a teoria do conhecimento - a ser produzido na relação intersubjetiva entre sujeitos livres de coerções que se entendem sobre objetos no mundo - , o esclarecimento torna-se presente como a estrutura da racionalidade que afiança o consenso alcançado. Também é assim quando Habermas, na mesma teoria da ação comunicativa, expressa sua visão de Modernidade e as patologias que ocorrem sobre as relações entre o mundo vivido e o sistema. O (re)engate entre ambos e a hegemonia da experiência cultural sobre a esfera do poder, preconizados para resgate do projeto inacabado de modernidade iluminista, não podem prescindir do esclarecimento, que funcionaria como elemento constitutivo do processo argumentativo, a partir do qual são estabelecidas e legitimadas normas para a convivência social justa e também orientadoras da razão instrumental.

Assim, compreendendo o redimensionamento do esclarecimento nos tempos modernos como categoria universal que expressa uma via de mão-dupla entre a auto-reflexão kantiana e a racionalidade comunicativa apontada por Habermas, pode-se pensar na sua aplicação visando a

organização da reflexão crítica e dos procedimentos discursivos através dos quais poderão ser fixados novas bases para relações emancipadas entre cultura de movimento/esporte e mídia.

No que se refere à interface (em construção) entre o esclarecimento e o conceito de mediação nos estudos sobre recepção midiática, parece que o possível caminho a ser buscado é o da relativa autonomia do receptor. Diferentemente das concepções ideologizadas de estudos sobre a comunicação, que reduzem toda a complexidade do processo ao fator econômico e de poder sobre os meios - isto é, congelam a comunicação na dimensão do Sistema, na teoria habermasiana - , a tendência Latinoamericana considera a existência de espaços livres entre o significado original implícito à mensagem e a instituição de sentidos particulares a ela, revelando-se, por conseguinte, caudatária do projeto do esclarecimento. Ao reconhecer a necessidade de valorizar estes espaços, em busca da construção da autonomia do receptor, estes estudos, em última análise, recorrem à razão comunicativa, como estrutura-síntese resultante da interação das múltiplas mediações que envolvem a produção de sentidos. Na medida em que são constituídos em imersão na cultura cotidiana, estes sentidos autonomamente elaborados colocam a recepção no âmbito do mundo vivido e privilegiam o *medium* da linguagem⁵⁴, preconizada por Habermas como instrumento da razão comunicativa, que constitui o conceito ressignificado de esclarecimento.

Verticalizando para o objeto de estudo, é interessante refletir sobre a formação profissional em Educação Física como uma mediação institucional, conforme esquema referido por Orozco. Sem desconsiderar seu alerta de que as mediações interagem e se modificam, crê-se possível particularizá-la e relacioná-la ao esclarecimento, para efeito de argumentação. Na medida em que ela institui-se como principal fator de diferença desta área acadêmica em relação às demais, isto é, por se destacar como o traço distintivo desta comunidade interpretativa, é esta mediação que conferiria aos estudantes e profissionais da área a condição de dirigirem um olhar diferenciado ao fenômeno do esporte mediatizado e aos discursos midiáticos concorrentes sobre

⁵⁴ Neste caso, a linguagem atua como mediadora tanto em atos comunicativos, que são situações informais de fala, quanto no âmbito do discurso prático, através do qual processos argumentativos avaliam a pretensão de veracidade de normas, na direção de posições consensualizadas (cf. Siebeneichler, 1989).

exercício físico, saúde, estética, lazer, etc. A simples especialização na produção de sentidos particulares assim obtidos, não lhes garante, porém, a capacidade de atribuição de juízos críticos, nem implica necessariamente em adoção de posturas autônomas por parte dos membros desta comunidade interpretativa, porque a constituição das estruturas desta mediação tende a refletir o tipo de competência(s) que a formação profissional prioriza. Dito de outro modo, não depende apenas do conhecimento técnico sobre os temas do exercício físico/esporte - campo sobre o qual se debruçam predominantemente os currículos de Educação Física - o desenvolvimento e o exercício da função crítico-emancipatória da mediação institucional "formação profissional" por parte de seus integrantes/egressos. Antes, pelo contrário, a provável coincidência de abordagem entre o processo midiático sobre a cultura de movimento e o enfoque hegemônico dos currículos acadêmicos pode funcionar como elemento de reforço de um e outro, constituindo circularidade sem perspectiva de ruptura.

Para que a formação profissional em Educação Física possa constituir-se em mediação específica que contribua para a recepção midiática autônoma e para a produção de sentidos críticos por parte dos estudantes e professores desta área, o processo acadêmico precisa garantir a presença dos dois elementos fundantes do esclarecimento habermasiano: a radicalidade da crítica e a ênfase na razão comunicativa. Para tanto, é necessário que em seu âmbito sejam também privilegiadas as categorias da interação e da linguagem, condição para que a reflexão dialógica sobre o tema da mídia esportiva possa ser melhor exercitada. Por enquanto, este parece ser um espaço/tempo pedagógico ainda inexistente, isto é, um eixo curricular que carece ser construído na formação acadêmica em Educação Física. De igual modo, pensa-se que disso depende também a intervenção pedagógica emancipatória destes profissionais, a fim de que possam contribuir para a melhoria da qualidade da crítica à recepção da mídia por parte de seus alunos. Neste sentido, cabe às áreas acadêmica e aplicada da Educação Física, inserida nos esforços da educação para a mídia, priorizar a racionalidade comunicativa em seu campo de reflexão/ação/reflexão para definir formas de intervenção que possibilitem a inserção crítica e autônoma, sua e dos cidadãos sob sua responsabilidade pedagógica, na cultura de movimento e esportiva, hoje mediada principalmente pelos meios de comunicação de massa.

Em síntese, a tarefa teórica e prática da Educação Física deve ser a do esclarecimento, visando desvelar pela crítica e pela razão o conjunto de objetivos e interesses que configuram a mensagem midiática sobre exercício físico/esporte. Na perspectiva emancipatória a ser assim construída, será então pertinente pensar na sua contribuição para a produção de cidadãos autônomos, com capacidade para se situar na cultura esportiva, sendo sujeitos da sua construção e do seu consumo; em um *sapere aude* kantiano sobre o tema, isto é, de serem competentes para interpretar os signos e os significados midiáticos desta cultura e terem a coragem de fazê-lo.

Este é o sentido da atitude crítica que se reclama para a Educação Física diante da cultura esportiva instituída como semicultura: questionar radicalmente o que está dado, não para negá-lo, mas para posicionar-se de forma emancipada em relação a isso. Está-se propondo uma criticidade pelo conhecimento que se faça emancipatório, ou seja, que leve à interação, na perspectiva proposta por Habermas, entre o saber-agir instrumental (interesse técnico) e o saber-agir comunicativo. Para tanto, é imprescindível que ações a favor do esclarecimento se configurem na formação acadêmica dos profissionais de Educação Física.

Verificar limites e possibilidades de uma intervenção formal operada neste sentido constituiu-se no trabalho de campo deste estudo, cujo relato e reflexão sobre sua realização compõem o próximo capítulo.

Capítulo 3 - A PESQUISA DE CAMPO: relato/reflexão sobre possibilidades e limites da proposta teórico-metodológica pensada/desenvolvida

***“Considero que é muito importante traduzir a
possibilidade de emancipação em situações formativas concretas”***

(Hellmut Becker, em Educação e Emancipação,
debate radiofônico com Theodor Adorno – in: Adorno, 1995)

***“Pesquisa prática é aquela destinada a intervir diretamente na realidade,
a praticar teorias e teorizar práticas, a produzir alternativas concretas,
a comprometer-se com soluções”***

(Pedro Demo, 1994)

Nos capítulos anteriores, empreendeu-se esforços no sentido de tentar situar e compreender criticamente o cenário e as implicações sociais do processo de apropriação das atividades físicas e esportivas pelo discurso midiático (Capítulo 1). Igualmente, objetivou-se articular pressupostos teórico-conceituais fundamentadores a uma intervenção crítico-emancipatória da Educação Física, tendo em vista a formação de receptores esclarecidos em relação à mídia esportiva (Capítulo 2). No presente, passa-se a descrever e refletir sobre experiência concreta de atividade regular de ensino realizada no âmbito do curso de Educação Física, cujo eixo pedagógico articulador foi exatamente o desenvolvimento desta análise da atual conjuntura da relação entre mídia e atividades físicas/esporte, simultaneamente à tentativa de construir possibilidades de esclarecimento a este respeito na formação acadêmica de futuros profissionais.

A opção pela realização do trabalho de campo com as características acima enunciadas (e, a seguir, detalhadas) deve-se ao entendimento de que a produção de conhecimento na área de Educação Física, porquanto constituir-se em área de intervenção social (Bracht, 1992), ainda se revela carente de pesquisas aplicadas aos seus diversos campos de inserção profissional. Isto é, ainda predominam as investigações destinadas ao necessário avanço do conhecimento científico sobre aspectos muito particularizados do objeto de estudo da área, mas que nem sempre possibilitam sua transposição para a solução de problemas concretos que desafiam as situações de prática docente (Souza e Silva, 1997).

Nesta perspectiva, o presente capítulo apresenta-se dividido em dois tópicos: i) no primeiro, são apresentados/fundamentados os procedimentos metodológicos adotados para geração, registro e análise de dados da pesquisa; ii) a seguir, empreendem-se esforços para construir um diálogo entre a teoria revisitada, as evidências empíricas registradas no campo e reflexões delas decorrentes.

3.1. Procedimentos Metodológicos:

3.1.1. Objetivos e Questões Norteadoras da Pesquisa

Conforme se procurou demonstrar anteriormente, a preocupação provocadora do presente estudo relaciona-se com a qualidade da mediação que está sendo exercida pelo profissional de Educação Física entre o discurso midiático sobre atividade física e esporte e a sua recepção pelos cidadãos sob sua responsabilidade pedagógica. Desta forma, a projeção da investigação balizou-se sempre sobre duas vertentes principais e articuláveis entre si: i) a necessidade de que os futuros profissionais se instrumentalizem com vistas a uma leitura crítico-interpretativa do discurso exercido pela mídia esportiva e ii) as possibilidades de construção de correspondente competência conceitual e metodológica para intervirem em sua realidade profissional, a partir de interesses pautados no esclarecimento e na emancipação.

Assim, orientando-se nesta dupla exigência, delimitam-se os objetivos da pesquisa de campo, que são:

- i) *implementar, proceder acompanhamento e reflexão sobre avanços, possibilidades e limites da implantação de estudos sobre as relações entre exercício físico/esporte e mídia no âmbito da formação profissional de Educação Física;*
- ii) *examinar a adequação da base teórico-metodológica proposta para a tematização desta questão no espaço acadêmico e da forma curricular adotada (disciplina optativa).*

Decorrente disto, e visando dar maior objetividade e clareza aos caminhos metodológicos a serem percorridos, enumera-se série de perguntas remetidas ao campo, que se constituem em *questões norteadoras do estudo*:

- a) Qual o nível de receptividade acadêmica e os espaços possíveis no currículo da Educação Física para o estudo das questões relacionadas à mídia esportiva?
- b) Entre as diferentes maneiras sistemáticas para a inserção de tal demanda no âmbito curricular do curso, que possibilidades se oferecem à forma disciplinar? E que limites podem ser percebidos?
- c) O marco teórico-conceitual adotado como eixo pedagógico para desenvolvimento da disciplina permite avançar na formação de receptores-sujeitos, sensíveis a um processo permanente de esclarecimento?
- d) A partir da estratégia de ensino empreendida, é viável perspectivar possibilidades de intervenção profissional vislumbradas pelos alunos no mesmo sentido (do esclarecimento) ?

3.1.2. Natureza da Investigação:

Os procedimentos de investigação foram operados através do recurso metodológico da *pesquisa-ação* (Thiollent, 1987 e 1994), ambientada em estratégia formal de ensino, isto é, através de disciplina optativa oferecida ao curso de licenciatura em Educação Física da UFSC, no atípico segundo semestre letivo de 1998, conforme calendário aprovado pelo CUn/UFSC, após greve dos servidores docentes e técnico-administrativos das Instituições Federais de Ensino Superior (IFES).

Para uma possível definição do procedimento metodológico escolhido para condução da investigação, utiliza-se conceito de Thiollent (1994), que considera a pesquisa-ação

“um tipo de pesquisa social participante com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo, no qual pesquisadores e participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo” (p.14).

A literatura a respeito do tema mostra que duas outras concepções de pesquisa também se utilizam, com maior ou menor frequência, da expressão “pesquisa-ação”, embora com significados um pouco diferenciados.

Entre os autores latinoamericanos, pode-se referir a *investigação temática*, de orientação educativa baseada na Pedagogia do Oprimido, de Paulo Freire (cf. Pinto, 1989), também chamada de *“investigación-acción”*, esta de cunho mais sociológico, introduzida por Fals Borda (cf. Gajardo, 1987), ambas voltadas prioritariamente para a intervenção libertadora em populações marginalizadas ou junto a movimentos sociais. Por outro lado, desenvolvida por Kurt Lewin e fundada na psicologia social de tradição norteamericana, encontra-se a *“action-research”*, que se orienta para mudanças de ordem psicossocial em grupos específicos com problemas práticos (inadaptação de exilados ou imigrantes, implantação de novos programas operacionais em empresas, etc.), sem, contudo, visar intervir na estrutura da sociedade de classes (cf. Haguette, 1987). Esta linha deu origem, no interior da sociologia francesa contemporânea, a um tipo de investigação mais engajada, com a denominação de *pesquisa-ação institucional* (Barbier, 1985)⁵⁵, cuja definição guarda diversos pontos de semelhança com o conceito encontrado em Thiollent (1994), anteriormente expresso.

⁵⁵ Sua perspectiva de pesquisa-ação como análise institucional leva em consideração as contribuições de pensadores marxistas como Gramsci, Lukács, Goldmann, Bourdieu e, principalmente, Cornelius Castoriadis, de quem recolhe o conceito dialético (instituinte-instituído) de *instituição*. Neste sentido, atribui ao contexto socioeconômico e ideológico do capitalismo a condição tanto de agente quanto de cenário, a partir dos quais propõe o estudo da dinâmica das situações internas e externas dos grupos sociais. Assim, *“a pesquisa-ação institucional representa uma problemática e uma metodologia específicas em ciências humanas aplicadas, cujo objeto de conhecimento é a tendência geral de evolução permanente da práxis institucional do grupo de ação considerado como pesquisador coletivo”* (Barbier, 1985, p. 190).

Neste sentido, entende-se que a pesquisa-ação, diferentemente das demais investigações participantes⁵⁶, campo teórico-epistemológico-metodológico em que se situa, oportuniza que o pesquisador desempenhe ativo papel de intervenção e avaliação na própria realidade observada. Resumindo os seus aspectos operacionais, Thiollent afirma que, para além da interação entre os diversos atores sociais envolvidos no estudo, traço característico das observações participantes, a pesquisa realizada na forma de ação prevê o explícito reconhecimento dos diferentes papéis exercidos por estes atores e da intencionalidade das ações implementadas. Dito de outra forma, implica afirmar que, sem recorrer a imposições unilaterais, os envolvidos conhecem a identidade e os objetivos do pesquisador, inclusive como condição para que possam participar ativamente como sujeitos autônomos do estudo.

Outro aspecto que, segundo o autor, caracteriza a pesquisa-ação é a simultaneidade de seu duplo objetivo: ao mesmo tempo em que pretende aumentar o conhecimento da área de pesquisa, visa também a “*ampliação do nível de consciência*” das pessoas e grupos considerados oprimidas (Thiollent, 1994, p.16). Assim, do ponto de vista valorativo, nos países latinoamericanos e em outros do Terceiro Mundo, a utilização da pesquisa-ação se aproxima dos enfoques preconizados por grupos sociopolíticos engajados numa perspectiva de ação emancipatória, como forma de intervenção em causas sociais de pequenas coletividades (Thiollent, 1987).

Quanto à abrangência da pesquisa-ação, Thiollent (1994) considera que ela se insere numa faixa intermediária entre o que é geralmente designado como nível macrosocial (a sociedade estruturada ou movimentos de âmbito nacional/internacional) e o que é considerado microsociedade (indivíduo, família), sendo sua aplicação mais frequente nos campos da educação, comunicação, serviço social, práticas organizacionais e introdução de novas tecnológicas na área da produção agrícola.

⁵⁶ Em Silva (1986), pode ser encontrada ampla revisão histórica das pesquisas de estilo participativo, cujas diferentes tendências têm assumido, na América Latina, objetivos, formas e denominações diferentes, ainda que se apresentem congruentes no que se refere às suas finalidades crítico-transformadoras das condições sociais opressoras de operários, camponeses, indígenas, mulheres, minorias étnicas, etc.

Em vista das características próprias do presente estudo, são destacados dois conjuntos de aplicações específicas apontadas por Thiollent: a) na *educação*, é identificado o uso da pesquisa-ação para o acompanhamento da introdução de novas temáticas e metodologias de ensino, na reconstrução curricular, na educação de adultos e na formação sindical; b) no que diz respeito ao campo da *comunicação*, a pesquisa-ação é particularmente utilizada em estudos de recepção, com grupos de análise qualitativa, na produção de veículos de comunicação alternativa e/ou dirigida e na organização de documentários e memórias.

3.1.3. Hipóteses de Trabalho:

Fundamentadas no referencial teórico-conceitual adotado e decorrentes também da observação assistemática de currículos acadêmicos manifestos no cotidiano da área, além da atuação frequente do pesquisador junto a profissionais de Educação Física escolar, em programas de formação continuada, duas hipóteses de trabalho foram construídas, a fim de orientar os procedimentos investigativos:

- a) A Educação Física, dentro do sistema de ensino regular (fundamental, médio e superior, inclusive o específico da área), não desenvolve competência crítica, pelo esclarecimento, para minimizar as influências condicionantes de opinião exercidas pela mídia de forma geral e a esportiva, particularmente. Isso contribui para que os alunos atribuam significados ingênuos às informações contidas no discurso midiático sobre esporte/exercício físico, sem elementos para análise crítica do conteúdos destas informações.
- b) Através de curso (disciplina optativa) com fins específicos de esclarecer fundamentadamente os códigos e os interesses representados pela mídia na realidade sociocultural-esportiva e na formação de consciências, é possível avançar significativamente no desenvolvimento de elementos de mediação crítica para uma outra capacidade de leitura do conteúdo informativo/comunicativo da mídia e para a intervenção profissional emancipatória.

3.1.4. Constituição do campo de pesquisa:

A inexistência de instância formal de ensino com as características pretendidas pela pesquisa no âmbito do currículo da graduação em Educação Física da UFSC, sugeriu a proposição de disciplina optativa que pudesse ser oferecida ao curso, a fim de constituir o campo de pesquisa. Igualmente, a exiguidade do tempo disponível entre a decisão de construir esta experiência de ensino/pesquisa e o prazo limite para criação de novos códigos disciplinares, determinou que se recolhesse do atual catálogo acadêmico alguma que não estivesse sendo regularmente oferecida, a fim de propor apenas a alteração do respectivo programa didático, processo simplificado e mais rápido. Assim, a escolha recaiu sobre Pedagogia do Esporte (código RPD 5155), não oferecida há quatro semestres, desde o afastamento de seu antigo ministrante para formação de pós-graduação (o próprio pesquisador).

Para proceder a alteração do programa foi instruído processo administrativo no Colegiado de graduação do Centro de Desportos da UFSC, composto de ofício de solicitação e sugestão de programa, com respectiva bibliografia (Anexo 1), além de justificativa através de texto do próprio requerente, adaptado para este fim. Teve-se ainda a oportunidade de comparecer na reunião daquele Colegiado para prestar esclarecimentos. O voto do relator do processo foi pela aprovação da solicitação, no que foi acompanhado pela unanimidade dos demais membros presentes.

A seguir, foi encaminhada solicitação de oferta da disciplina no semestre 98.2, sendo a mesma alocada em horário compatível para as turmas matutinas e vespertinas do curso (referência 5318302100, isto é, quintas-feiras, três períodos, entre 18h30 e 21 horas). Em virtude do afastamento formal do pesquisador, que implica em proibição de alocação de disciplina apenas em seu nome, foi contatado colega docente de departamento que concordou em apresentar-se como co-ministrante, ainda que apenas formalmente.

Na sequência, foi implementada estratégia de divulgação em todas as turmas dos dois turnos do curso, informando sobre o oferecimento da disciplina e as características particulares que a constituiriam, simultaneamente também como campo de pesquisa. Foram distribuídas

cópias do programa didático aprovado, a fim de informar aos acadêmicos interessados a base teórico-metodológica sobre a qual se produziria o plano de ensino.

3.1.5. População e amostra:

O grupo populacional de referência deste estudo foi representado, inicialmente, pelo conjunto de alunos do curso de graduação em Educação Física da Universidade Federal de Santa Catarina. O processo de constituição da amostragem, isto é, a disponibilidade para que qualquer aluno regularmente matriculado participasse da disciplina optativa, sem restrição de fase acadêmica ou exigência de pré-requisito, implicou que se tivesse amostra aberta, com limite inicial de até 20 vagas, podendo este número ter sido ampliado conforme a demanda provocada. A legislação da instituição, que concede matrícula como aluno especial para estudantes de outras instituições de ensino superior, provocou extrapolação da própria população de referência prevista em virtude de que duas acadêmicas do curso de graduação em Educação Física da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) tiveram suas inscrições homologadas nestas condições, tendo cursado regularmente a disciplina.

Assim, a amostra foi constituída de 16 (dezesesseis) alunos inicialmente matriculados, sendo 14 (quatorze) da UFSC e 2 (dois) da UDESC. No período previamente estabelecido pelo calendário acadêmico houve 1 (um) trancamento de matrícula. A maioria dos pertencentes à UFSC situava-se no período intermediário do currículo, localizando-se entre a 4ª e a 5ª fase do curso (9 alunos). Os demais acadêmicos daquela instituição (5 alunos) encontravam-se matriculados em fases finais (7ª ou 8ª), enquanto que as duas alunas da UDESC eram de fase inicial (2ª fase). A faixa etária média era de 19,2 (dezenove vírgula dois) anos no início da disciplina e a constituição da turma apontava 11 (onze) estudantes do sexo feminino e 5 (cinco) do masculino. O resultado acadêmico da disciplina pode ser assim resumido: 14 (quatorze) estudantes aprovados, um (1) trancamento de matrícula e uma (1) reprovação por frequência insuficiente (FI).

3.1.6. Coleta e registro dos dados

Como é típico nas pesquisas participantes, cujo desenvolvimento vai apontando caminhos e necessidades ao pesquisador, os instrumentos para coleta e registro dos dados foram bastante diversos, envolvendo diálogos, ações coordenadas e espontâneas, documentos produzidos, e informações obtidas em eventos formais, como seminários didáticos, ou também informais, em situações de ação, de construção individual ou coletiva. Desta maneira, foi possível recolher grande número de observações, com registro no Diário de Campo⁵⁷, em circunstâncias vivenciadas na cotidianidade da pesquisa.

Tal procedimento implicou na construção de protocolos de investigação de onde foram desenvolvidas duas categorias de análise: o *constructo teórico* e a *definição operacional*.

O *constructo teórico* serve para interpretar os registros das observações empíricas para a linguagem teórica, a partir dos pressupostos adotados, enquanto que para *definição operacional* vale o inverso, isto é, serve para interpretar a linguagem teórica para a linguagem observacional (com o contexto empírico e os atores sociais envolvidos). Desenvolveu-se, deste modo, um *processo dialético* de investigação empírica e interpretações teóricas: i) *da observação objetiva para a teoria*, isto é, da linguagem observacional registrada nos protocolos visou-se transcender à linguagem dos pressupostos teóricos através da categoria *constructo teórico*; ii) *da teoria para a observação objetiva*, situação em que determinados conceitos puderam ser observados à luz de observações concretas da realidade empírica, para o que foi utilizada a categoria *definição operacional*.

⁵⁷ A transcrição comentada dos apontamentos do diário de campo, superando a forma de registro por tópicos como foi inicialmente produzido, serviu de material documental para análises de conteúdo e embasamento de reflexões procedidas, conforme objetivos da pesquisa.

Complementarmente aos protocolos registrados no diário de campo, outras estratégias foram previstas:

- a) pesquisa de opinião entre os alunos matriculados sobre tópicos do tema da disciplina, utilizando escala tipo Likert (Anexo 2), com as respostas manifestas a cada questão sendo acompanhadas de respectiva justificativa. Este procedimento, aplicado individualmente como sondagem no início dos trabalhos, teve dois propósitos: um didático, visando orientar a organização das sequências pedagógicas a serem implementadas, e outro, relacionado ao interesse científico da pesquisa, permitiu a formulação de perfil aproximado da turma, apresentado em subitem a seguir (3.2.1.).
- b) planejamento, desenvolvimento e avaliação de estratégias didático-metodológicas para o ensino formal da Educação Física escolar, tendo a mediação exercida pela indústria midiática ao esporte como tema integrante do conteúdo didático programado. Para esta estratégia, previa-se a utilização de turma regular do Colégio de Aplicação da UFSC, preferencialmente do ensino médio. Contrariamente ao planejado, este procedimento de pesquisa revelou-se completamente inviável de ser realizado. Em outro subitem (3.2.2.), são apresentadas reflexões a respeito deste fato.
- c) Entrevistas semi-estruturadas com alunos que tivessem cursado a disciplina, realizadas num período de três a seis meses após a sua conclusão, objetivando recolher opiniões, adequadamente distanciadas da emocionalidade que cerca o encerramento dos trabalhos acadêmicos, a respeito do que foi realizado na disciplina, avanços percebidos, limites encontrados, possibilidades a serem exploradas, enfim, da adequação ou não da forma e do conteúdo do trabalho implementado aos objetivos do estudo. Neste sentido, foram procedidas oito (8) entrevistas, o que equivale a mais de 50% dos estudantes que concluíram com aprovação a disciplina. Com exceção de uma, realizada em dupla por necessidade de adequação aos horários disponíveis dos alunos, todas as demais entrevistas foram feitas individualmente. A partir de um roteiro de questões abertas (Anexo 3), com cinco temas básicos para questionamento, foram

empreendidas conversações que se construíram atendendo a características próprias do entrevistado, aproveitamento da experiência pessoal vivida na disciplina, etc. Todas as entrevistas tiveram gravação autorizada em fita-cassete e suas transcrições foram utilizadas como material de análise (subitem 3.2.3.).

Por outro lado, estratégias implementadas e não previstas no projeto para produção de dados para análise se revelaram extremamente significativas, como realização de *mesa-redonda com comunicadores esportivos* (imagens registradas no anexo 4) e *pesquisa empírica sobre a mídia esportiva local, transformada em artigo e veiculada em congresso científico da área* – Barbosa *et al.*, 1999 (anexo 5). Descrição dos dois eventos de campo e respectivas reflexões a estes procedimentos são analisados no tópico 3.2.2.2.

3.1.7. Sistematização e discussão dos resultados:

O conjunto de dados coletados através destes protocolos foi sistematizado e categorizado para análise, em procedimento que teve os conceitos da Teoria Social Crítica e da concepção crítico-emancipatória como elementos de apoio (constructos teóricos) para a sua interpretação. Quanto à ferramenta metodológica adotada para a interpretação do material produzido/recolhido, a escolha recaiu sobre a *análise de conteúdo*, que Bardin (s/d)⁵⁸ propõe definir como:

“conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (p.42).

Através de definição tão detalhada, a autora quer destacar algumas características que são próprias deste recurso de interpretação. A primeira referência é quanto ao aspecto da multiplicidade das técnicas que podem ser utilizadas como estratégias para interpretação das

⁵⁸ A edição original, em francês, é datada de 1977; a edição portuguesa aqui utilizada não apresenta data de publicação.

mensagens das comunicações, o que afasta da análise de conteúdo o caráter de instrumento único, destacando que é a natureza dos objetivos da investigação e o tipo de mensagem a ser analisada que indicarão as técnicas mais adequadas a serem empregadas.

Outro aspecto considerado em sua definição se refere ao fato de se tratar de procedimento descritivo sistemático e objetivo dos significados e significantes das mensagens, que é possível através da sua fragmentação em categorias. Para a construção e utilização destas categorias, sugere leitura do material através de um "ir-e-vir" constante entre as unidades de codificação - pequenos fragmentos das mensagens, como palavra ou pequenas expressões, minuto, centímetro, etc. - e as unidades de contexto, trechos maiores onde se incluem as unidades de codificação, possibilitando a compreensão do cenário da sua ocorrência.

Finalmente, a autora reconhece que, se a finalidade de qualquer análise de conteúdo é a de interpretar, isto é, de atribuir significação às características observadas/descritas nas mensagens comunicacionais, isto só é possível através do exercício da inferência, operação lógica que implica em extrair consequências ou admitir proposições a partir de sua relação com outras já conhecidas. Deste modo, podem ser conhecidas as condições de produção/recepção (ou variáveis inferidas) do conteúdo analisado, ultrapassando a leitura limitada à superfície externa dos textos.

3.2. Algumas reflexões a partir de relatos sobre a realidade investigada:

Após descritos e fundamentados os procedimentos metodológicos orientadores da pesquisa de campo, o presente tópico objetiva promover um diálogo reconstrutivo – na perspectiva habermasiana – entre as duas categorias de análise desenvolvidas: o constructo teórico e a definição operacional. Justificativa para isto é a compreensão já expressa de que, nem a teoria consegue antecipar e explicar a realidade em sua totalidade, nem esta tem a capacidade de ser auto-explicativa, necessitando, portanto, de uma interpretação balizada por aquela. Neste sentido, o desdobramento do texto dá-se dialeticamente, como se a percorrer uma via de mão dupla, movimentando-se das observações objetivas sobre a realidade investigada para a racionalidade construída pelos pressupostos teórico-conceituais e vice-versa. A intenção é de, através das análises procedidas, verificar a legitimidade das hipóteses de trabalho que foram definidas para servirem de eixos dos procedimentos investigativos.

Sem perder de vista o sentido de totalidade e, por conseguinte, sem pretender reduzir a complexidade que se evidencia tanto pelos dados empíricos quanto pela estrutura conceitual elaborada, foram adotados alguns recursos operacionais para efeito de organização da racionalidade interna do texto que compõe o tópico. Assim, procede-se a subdivisão das análises em itens que contemplam, preferencialmente, informações decorrentes dos diferentes protocolos utilizados para registro da realidade observada. Em cada uma dessas subdivisões, é buscado o diálogo entre os respectivos relatos e aspectos da base teórica, visando superar percepções parciais que podem decorrer de leituras empreendidas em apenas uma ou outra das duas instâncias: a empírica e a conceitual.

3.2.1. Caracterização inicial da turma: considerações acerca de sondagem de opinião

Conforme descrito no subitem 3.1.6. (coleta e registro dos dados), um dos instrumentos utilizados, tanto para o recolhimento de informações iniciais ao estudo quanto para a organização/implementação das atividades didáticas de ensino, foi um levantamento de opinião procedida entre os alunos matriculados na disciplina. Nesta sondagem, empregou-se escala do tipo Lickert, com seis questões adaptadas de estudos anteriormente realizados (Pires, Gonçalves e Padovani, 1999-a e 1999-b), acrescidas de que, a cada resposta objetiva, solicitava-se também justificativa à alternativa escolhida. Um detalhe a ser ressaltado é que o enfoque das abordagens ao tema, na construção dos enunciados das questões, foi propositadamente alternado, ora exaltando as relações estabelecidas entre esporte e mídia, ora denunciando-as como forma de usurpação dos legítimos interesses do esporte. O objetivo deste procedimento foi o de evitar formação de padrão e conseqüente indução de respostas.

A análise da transcrição das respostas com que os alunos justificaram suas opções na pesquisa de opinião fornece dados relevantes para a compreensão das percepções iniciais dos estudantes a respeito do tema da Educação Física, esporte e mídia. Assim, entende-se que relativa caracterização da turma pode ser procedida a partir da consideração das respostas dos alunos, para com isso explicitar perfil aproximado ao que o coletivo das individualidades expressava. Sempre que julgado adequado à estrutura do texto e útil à compreensão da idéia norteadora da argumentação, deu-se voz diretamente aos estudantes, reproduzindo em destaque (em itálico e entre aspas) frases ou partes delas, recolhidas das justificativas das respostas.

A **primeira questão** da escala realçava justamente a associação entre esporte e meios de comunicação de massa, afirmando sua conveniência porque garantiria, independentemente de classes sociais, o acesso de toda a sociedade a um espetáculo cultural de qualidade. O pressuposto do enunciado remete à crença irrestrita na democratização da cultura a partir da sua reprodutibilidade tecnicamente mediada (postura dos "integrados" de Eco, 1990), desconsiderando, por um lado, que a prática esportiva, sua assistência "ao vivo" ou pela TV constituem-se em níveis desiguais de apropriação da experiência formativa que o esporte pode

fornecer, e, por outro, que a moderna tecnologia dos meios de veiculação permite que os mecanismos de distinção social entre os cidadãos/consumidores sejam reproduzidos pelos vários sistemas de divulgação (TV aberta, por assinatura ou *pay-per-view*).

O conjunto de respostas a esta questão ratifica predominantemente a pretensa acessabilidade ao espetáculo esportivo, mas questiona a legitimidade do critério de qualidade para todos, alertando para o fato de que fatores econômicos determinam diferenças de consumo do espetáculo - ainda que as alegações presentes nas justificativas refiram-se somente à sofisticação dos aparelhos de recepção. Estas mesmas diferenças, no entanto, tenderiam a ser obscurecidas pela promessa veiculada pelo discurso midiático, de que o esporte seria mesmo para todos. Isso porque a influência da mídia seria exercida igualmente sobre todas as pessoas: *“nem nós [estudantes universitários] conseguimos deixar de ser manipulados por ela”*. Desta forma, os alunos destacavam que interesses estranhos ao esporte, tornando-o utilitário para outros fins, estariam indelevelmente fixados na sua associação com a indústria midiática, com grande eficácia.

Observação interessante para o estudo é a de determinada resposta que, reconhecendo as dificuldades em se saber o que exatamente acontece na recepção ao esporte mediatizado (*“quando a mídia chega às casas não se pode controlar a reação que ela vai causar”*), destaca a importância do *“acompanhamento que pode ser exercido pelo professor de Educação Física, a fim de neutralizar/alterar associações enganosas”* [produzidas pela mídia relativamente ao esporte]. Nesta resposta, pode-se perceber a adequação dos estudos de recepção para o campo da Educação Física, a fim de possibilitar a compreensão de como são significadas as mensagens do discurso da mídia sobre esporte/exercício, bem como a importância do fortalecimento das estruturas de mediação da população (Jesus-Barbero, 1987; Orozco, 1993), na perspectiva do esclarecimento, o que, defende-se aqui, seja um tema nas intervenções pedagógicas dos profissionais da área.

Característica mais crítica da turma pode ser identificada nas respostas à **segunda questão**, em que o enunciado exaltava a parceria entre esporte e patrocinadores, em vista da garantia de sobrevivência e autonomia de atletas, clubes e federações. A discordância a esta

afirmação foi quase integral e as justificativas destacavam que, se esta associação estaria, de fato, contribuindo para a sobrevivência das instituições esportivas, o mesmo não poderia, absolutamente, ser dito em relação à autonomia de clubes e atletas. Na linha de concordância com a questão da sobrevivência, argumentavam que o suporte financeiro dos patrocínios pode promover maior profissionalismo e, conseqüentemente, mais dedicação e melhoria da qualidade nas performances atléticas e na organização do sistema esportivo. Criticamente, algumas respostas ressaltam a reciprocidade destes benefícios, pois também permitem às empresas que, subjetivamente, fixem suas logomarcas e produtos no mercado, associando-os a atletas/equipes vencedores e/ou detentores de grande empatia popular. Quanto à possível autonomia promovida pelos patrocinadores do esporte, a discordância é absoluta, pois *“as pressões exercidas”* [com vistas a recuperação do capital investido] *“exigem vitórias a qualquer custo”*; além disso, demandam sobreposição de *“compromissos esportivos e publicitários”*, rígido *“controle da imagem de atletas e instituições”*, o que implica na conseqüente *“subordinação da própria vida particular a interesses mercantis”*.

Outro aspecto apontado, ainda referente a esta questão, diz respeito a descaracterização de marcas e símbolos tradicionais de clubes e das federações, que são substituídas pelas dos seus patrocinadores. Se isto não se aplica integralmente ao futebol, cuja tradição clubística mantém-se até agora quase intacta, o mesmo não pode ser dito de outras modalidades esportivas. Já há muito tempo, as edições anuais da Liga Nacional de Voleibol, por exemplo, são disputadas por equipes nômades, que se transferem quase que integralmente de cidade e Estado a cada nova edição do evento, assumindo clubes que *“representam”* empresas, bancos ou, mais recentemente, universidades privadas (uma semifinal da Liga Nacional do ano 2.000 foi entre a Unisul/Florianópolis/SC e a Ulbra/Canoas/RS). Outro exemplo interessante é o da equipe de velocistas da Confederação Brasileira de Atletismo: apesar de contar com apoio em infraestrutura e recursos humanos de uma instituição pública (UNESP/Pres. Prudente), compete sob a marca da Funilense (uma oficina de motores) e patrocínio da Bolsa de Mercados e Futuros (BMF) de São Paulo, além de os atletas terem contratos particulares com patrocinadores e fornecedores de material esportivo.

As consequências que tal descaracterização poderá vir a exercer sobre os clubes de futebol é um dos problemas com os quais o sistema esportivo tende a se defrontar brevemente, a partir do processo de licenciamento de marcas e direitos dos clubes a bancos, fundos de investimento e empresas de comunicação de massa. Aliás, os sentimentos de conformismo e de revolta que expressaram, respectivamente, as torcidas de Palmeiras e Corinthians, após o desmanche de suas equipes mult campeãs em função de interesses de patrocinadores ou detentores de direitos, parecem ser um bom indicativo para futuras análises sociológicas quanto às relações de torcedores e seus clubes-empresas e vice-versa.

Neste esforço de caracterização do perfil da turma, seu grau de criticidade inicial tem significativa redução diante da **terceira questão**. Seu enunciado destacava como positivo para o aperfeiçoamento democrático da sociedade a exposição, pela mídia, de exemplos isolados de ascensão social representados pela história de vida “vitoriosa” de ídolos esportivos. A tendência majoritária das respostas foi de concordância com a afirmação, baseada em argumentos recheados de chavões tão caros ao liberalismo, como: *“funciona como premiação ao esforço e à dedicação de cada um”*, *“ajudam a mostrar a batalha de cada um para vencer na vida”*, *“demonstra que classe social e econômica não é impeditivo para o sucesso pessoal”* ou ainda *“serve de estímulo e ajuda a afastar os jovens das drogas”*.

Além de demonstrar que a produção de falsas consciências não se detém frente ao ensino universitário (ainda que, possivelmente, tais compreensões sejam resultantes do processo formativo a que todos são submetidos ao longo da vida), estas respostas provocam a seguinte reflexão: até mesmo em relação a aspectos ligados aos saberes acadêmicos específicos, no caso, o campo do esporte para alunos do curso de Educação Física, parece prevalecer a semiformação decorrente da Indústria Cultural, conforme denúncia de Adorno (1996), que se institui como uma segunda natureza, hipostasiando a capacidade de crítica dos estudantes. Provável explicação para este fato é que, em temas que tangenciam interesses ideologicamente formados (Geuss, 1988), importantes para a pretendida estabilidade do regime capitalista-monopolista, a atividade acadêmica não consegue promover reflexão que se contraponha ao ideário veiculado por diferentes meios, inclusive a mídia, impossibilitando a identificação das origens e razões deste

falso entendimento com vistas à sua superação. As poucas respostas que relativizam o pretendo benefício dos exemplos citados para o aperfeiçoamento social, fazem uso de argumentos que remetem à essência da questão, isto é, a ideologia da igualdade, promessa não cumprida pelo liberalismo, embora não a questionem: *“elas não mostram aqueles que ficaram pelo caminho”, “é um em um milhão”, “não mostram os enganos dos que trocam a escola pela bola”, “são exceções que não representam o coletivo”*.

A seguir, é possível identificar, nas respostas à **questão quatro**, elementos que ratificam esta distinção entre temas sob controle da ideologia capitalista e outros, que parecem não oferecer perigo a sua sobrevivência. Por se tratar de área acadêmica que ainda não dispõe de pleno reconhecimento social, a dissociação crescente entre Educação Física e esporte-espetáculo, perspectivada no enunciado da questão, parece não representar ameaça à esfera econômica que absorve a cultura esportiva transformada em elemento da Indústria Cultural. Há concordância quase unânime quanto a independência que o esporte de alto rendimento vem construindo em relação à área acadêmica e aplicada da Educação Física. Observaram os alunos que, com sua espetacularização, o sistema esportivo configura-se como realidade relativamente autônoma e auto-suficiente, ainda que o fenômeno cultural esporte continue sendo um dos principais conteúdos didáticos do ensino da Educação Física. Com certo simplismo (porque desconsideram as influências exercidas pelo esporte-espetáculo sobre a Educação Física), apontam que a dissociação em marcha deve-se à natureza dos objetivos de ambos. Enquanto a Educação Física, como atividade pedagógica, tem como finalidades *“a educação e a saúde”, “a integração de jovens e crianças ao seu meio social”, “o desenvolvimento harmônico de suas potencialidade”, “a formação crítica”* e a garantia de *“participação de todos no processo de vivências corporais”*, o esporte-espetáculo, como negócio, visa, segundo os alunos, *“o entretenimento e o show para grandes públicos”, “lucros obtidos em cima da imagem do atleta”, “vitória e sobrepujança”* e *“selecionamento e participação apenas dos melhores”*.

Estas observações, interessantes do ponto de vista da análise da criticidade de alunos, permitem também que se faça conexão com outros aspectos da questão. Um deles é quanto à ingenuidade do discurso corrente entre parcelas significativas dos profissionais da Educação

Física, que insistem em se anunciarem como “proprietários” do esporte em todas as suas dimensões, inclusive tentando fazer isso legalmente, ao defenderem restrições à participação de trabalhadores qualificados de outras áreas, através do Conselho Federal da categoria. Há, aqui, clara referência ao descompasso existente entre o discurso da legalidade e a necessidade de legitimação social, dando a perceber, neste apelo à reserva de mercado, tentativa de alguns representantes da área de justificarem-se pelo recurso à racionalidade instrumental, como se refere Habermas, no artigo Técnica e Ciência como “Ideologia” (1994-a)⁵⁹.

Outro dado significativo que pode ainda ser destacado é o proveniente de resposta que questiona o efetivo interesse de ambos, Educação Física e esporte-espetáculo, em dissociarem-se⁶⁰. Observando que, historicamente, a Educação Física tem servido de base para a formação de consumidores do esporte-espetáculo (“*educação para o esporte*”) e, ao mesmo tempo, beneficia-se do interesse despertado por esse entre os alunos, o que facilita suas práticas pedagógicas (“*educação pelo esporte*”), a resposta demonstra esta ambivalência. Conclui que, embora pareça haver um distanciamento entre as duas manifestações, elas continuam a ser mutuamente necessárias. Embora não sejam apresentados mais argumentos que sustentem essa afirmação – o que seria demasiada exigência, dadas as condições e objetivos do protocolo utilizado – , é pertinente salientar que a resposta consegue captar aspectos importantes. No mínimo, pode-se destacar a sua contextualização, visto que as diferentes dimensões do esporte são apresentadas como interdependentes e integrantes de um mesmo processo, que visa a consolidação e a hegemonia desta manifestação da cultura de movimento. Por outro lado, explicita incipiente inversão que vem ocorrendo na leitura, às vezes ingênua, dos profissionais da Educação Física: trata-se de reconhecer a importância do esporte para a Educação Física, contrariamente aos velhos discursos que insistem em apresentá-la como “proprietária e gestora” daquele. Esta mudança pode contribuir para que o romantismo do esporte idealizado pela Educação Física seja

⁵⁹ Ver também introdução produzida por Freitag e Rouanet (1993) para o fascículo sobre Habermas da coleção Grandes Cientistas Sociais, editora Ática.

⁶⁰ A retomada do discurso institucional quanto à característica de descobridora/forjadora de talentos, atribuída à Educação Física e ao esporte escolar e verificada a partir do fracasso olímpico do Brasil em Sydney 2000, parece servir de ilustração apropriada a esta questão.

substituído por leitura mais realista e crítica do esporte na sociedade capitalista e dos seus interesses inerentes.

Na mesma linha de questionar as expectativas de papéis a serem desempenhados pelos atores sociais profissionais de Educação Física, a **quinta questão** sugere que a divulgação do esporte pela mídia deve ser estrategicamente aproveitada como contribuição ao esforço coletivo de incentivar a prática de atividades físicas no tempo livre da população. Novamente, a concordância quase absoluta das respostas demonstra certa ingenuidade, porque sugere admitir o pressuposto de que a assistência ao esporte mediatizado teria como consequência natural o interesse e a busca, por parte dos telespectadores, pela prática esportiva de tempo livre. O equívoco desta assertiva é apontado por Pires, Gonçalves e Padovani (1999-a), que destacam:

“É evidente que, sob quaisquer pontos de vista – índices de audiência, exposição a estratégias de incentivo ao consumo, venda de cotas de publicidade, etc. –, não há nenhum interesse da mídia de que o telespectador abandone a mediação tecnológica pela prática esportiva, pois isto representaria fracasso do projeto de cativar/consolidar a audiência/consumidor” (p.392).

Em outras palavras, isto implica que, se efetivamente acontecesse o incentivo à passagem da poltrona para as quadras e pistas, este abandono à programação televisiva teria determinado reação da mídia, com a introdução de estratégias de recuperação do telespectador/consumidor pela melhoria da qualidade e/ou redução da possível concorrência, isto é, a própria oferta de espetáculos esportivos mediatizados, o que, viu-se nos capítulos iniciais, não é o que vem ocorrendo, pelo contrário.

Neste sentido, soam como acrílicos alguns argumentos favoráveis à esperada transferência da passividade cômoda do consumo via televisão para atitudes mais ativas no tempo livre da população. Isso pode ser constatado a partir da observação dos direcionamentos esperados do professor de Educação Física neste processo. Segundo os alunos, *“é preciso direcionar esse interesse para práticas de Educação Física real”*⁶¹, *“é necessário cuidado com a*

⁶¹ A este respeito, Bracht (1992) afirma que Educação Física real é aquela que acontece concretamente, no fazer cotidiano em escolas, clubes e outras instituições. Fora isso, seria idealização ou construção de entidades metafísicas!

concepção de esporte oferecida pela mídia”, “a Educação Física deve tratar o esporte da mídia para fins pedagógicos, para práticas de inclusão” ou ainda que “há uma concentração das modalidades mostradas na mídia, a Educação Física deve ampliar o leque de práticas”. Nestas justificativas, percebe-se a atribuição do papel de “corregedor” aos profissionais da área, para reparar eventuais deslizes cometidos pela mídia; contudo, a aludida contribuição desta para a popularização da prática de atividades esportivas, ainda que por vias nem sempre as mais corretas ou desejáveis, garante-lhe certa benevolência e concede-lhe o perdão (agradecido!) da área.

Há registro, entretanto, de algumas dúvidas a respeito de que a assistência ao esporte apresentado pela mídia possa transformar-se em efetiva e automática passagem à prática de atividades esportivas de tempo livre. Determinada resposta aponta que, se há mesmo tal incentivo, ele parece ser passageiro, vez que se observa no cotidiano aumento significativo de pessoas acompanhando as transmissões esportivas pela TV e, paralelamente, o acréscimo de horas que elas passam diante da televisão, em vista da multiplicação de opções nas grades de programação esportiva. Outra observação interessante é que, apesar de aparentemente concordar com a tendência de transformação de assistência em prática, o aluno opina que “*poucos passam da vontade provocada para a prática efetiva, porque as condições são precárias*”, o que resultaria em situação final semelhante à resumida no exemplo anterior. Nesta justificativa, novo elemento mediador é introduzido: refere-se às diferenças das condições para a prática esportiva, entre o mostrado na TV e o efetivamente disponível para a população, sugerindo que estaria aqui possível causa que brecaria a passagem de maior número de pessoas da situação de telespectador para a de praticante. Estudos que abordam a situação dos espaços públicos para atividades físicas de tempo livre, incluindo sua criação, destinação, gerenciamento e manutenção, parecem confirmar que instalações e equipamentos nem sempre estão disponíveis ou não são adequados à cultura de movimento local (Silva, 1994; Milanezi; Nascimento Jr.; Gonçalves, 1997; Vilaverde, 1999; Stuart da Silva, 1999).

Na **sexta e última questão**, procurou-se manter o foco do enunciado nas atribuições do professor de Educação Física diante das interações entre esporte e mídia, invertendo-se, em relação à questão anterior, a abordagem da afirmação nela contida. Aqui, preconizava-se como

tarifa dos profissionais da área a denúncia da apropriação do fenômeno cultural esportivo pelos interesses nem sempre muito sinceros do capital, operada através da mídia. Obviamente, o que se pretendia com esta formulação era verificar a capacidade dos alunos em perspectivar a transcendência do seu saber técnico para dimensão ideologicamente posicionada da sua intervenção profissional. A concentração hegemônica das respostas na escala intermediária (“não sei ou não tenho opinião formada”), aliada a algumas observações, justificando o posicionamento tomado em vista da complexidade e/ou “*confusão*” da questão, parece, por si só, demonstrar os limites do componente político presente na formação acadêmica. De fato, a dificuldade expressa em sobrepor, ao conhecimento instrumental, ingrediente de contextualização social que o extrapole, representado pelo interesse emancipatório que deve dirigi-lo (cf. Habermas, 1994-b), vem confirmar o caráter acrítico e despoliticante que parece caracterizar a formação universitária em geral e da Educação Física, em especial. Com isso, a tecnificação da sociedade, cujos padrões de funcionamento tendem a ser definidos pela já referida racionalidade instrumental, em substituição à tematização de normas publicamente consensualizadas, reflete-se também no âmbito da cultura esportiva e, neste caso, tende a encontrar no profissional da área um “especialista”, pronto a dar seu parecer técnico, embora com reconhecidas dificuldades em perceber o contexto político que o envolve.

As demais respostas dos alunos distribuíram-se homogeneamente entre as posições “concordo” e “discordo”. Nas respectivas justificativas, elementos discursivos orientados em perspectivas interessantes para análise do perfil aproximado da turma dão-se a observar. Aqueles que afirmam concordar que a denúncia dos interesses políticos no esporte mediatizado pode ser uma das tarefas atribuídas ao professor de Educação Física argumentam no sentido de que ele deve auxiliar o seu aluno a “*aprender a se defender da mídia esportiva*”; mais do que isso, deve levá-lo a “*criar seus próprios posicionamentos [a respeito do esporte na mídia] e defendê-los*”, despertando-lhe a capacidade de “*identificar os interesses mercantis que visam o consumidor por trás do telespectador*”. Sem dúvidas, apesar de numericamente poucas, tais opiniões parecem demonstrar que a semicultura esportiva ainda não conseguiu efetivar total controle sobre os estudantes de Educação Física, embora as justificativas às respostas discordantes ao enunciado sejam, no mínimo, desanimadoras: “*é uma batalha perdida*”; “*a influência da mídia é e será sempre*

maior que a nossa”; “a Educação Física deve orientar as práticas, o aluno deve seguir seus próprios caminhos”.

Para concluir o tópico, procede-se um esforço de síntese das observações aqui destacadas, a partir da interpretação dos aspectos examinados, procedida à luz do marco conceitual elaborado. Em vista do perfil da turma assim constituído, que efetivamente não difere muito do que a experiência acumulada estava a indicar, foram planejadas as atividades didáticas a serem implementadas, visando reforçar as estruturas teóricas de análise crítica da realidade esportiva mediatizada. Além disso, como já foi explicitado anteriormente, esta tentativa de tipificação da turma serve também para enriquecer, com detalhes mais reveladores, o relato/reflexão a respeito da pesquisa de campo.

Detalhe a ser ressaltado é quanto a algumas incoerências constatadas entre a escolha objetiva na escala e o sentido do discurso justificador da resposta. Tais contradições evidenciam certa superficialidade de compreensão dos alunos, e podem ser atribuídas a posturas acríticas e estereotipadas comuns na formação acadêmica, na direção de uma semicultura que se vem constituindo na área. Exemplo que pode ser tomado para explicitar essa assertiva é a recorrente referência, entre ingênua e romântica, a um esporte que não se submeta aos interesses econômicos e/ou ideológicos representados pela indústria do espetáculo, como se essa interação tivesse sido unilateralmente definida e implantada. A idéia de um esporte “puro”, isto é, que preserve intactos os atributos humanísticos tão decantados na história da civilização grega, parece permanecer idealizada enquanto marco referencial a ser tomado como parâmetro pelos professores de Educação Física para suas práticas pedagógicas. Contraditoriamente, a visibilidade obtida por algumas modalidades esportivas na mídia, ainda que claramente associadas a interesses mercadológicos, é saudada como um benefício ao esporte, pois estaria servindo de incentivo à prática de atividades físicas por parte dos telespectadores.

Reportando às reflexões sobre a (semi)cultura esportiva expressas no Capítulo 1, esses posicionamentos e justificativas dos alunos parecem corroborar com aquelas afirmações. Se, por um lado, é possível perceber que já se configura como constatação mais ou menos corrente que o

esporte tomado como conteúdo da Indústria Cultural tem servido à ideologia dominante, na medida em que se presta à ocupação e controle, cada vez maior, do tempo livre dos trabalhadores, também parece verdadeiro observar que, mesmo no âmbito da educação formal universitária - no caso, da formação acadêmica em Educação Física – a (semi)cultura esportiva hipostasia o caráter emancipatório do processo educativo, obstaculizando o potencial de criticidade dos alunos.

Finalizando, pode-se sugerir que o perfil aproximado da turma, quando do início da disciplina, demonstrava a predominância das seguintes características:

- a) Os alunos expressavam estimulante interesse pelas questões relacionadas à interação Educação Física-esporte-mídia, o que inclusive os levou a efetuar matrícula na disciplina;
- b) Por conta deste interesse, revelavam-se assíduos observadores da mídia esportiva em geral, notadamente do veículo televisão, demonstrando acompanhar transmissões esportivas, noticiários e programas de debate;
- c) Na ausência de elementos teórico-conceituais mais sólidos, os conhecimentos técnicos adquiridos no curso, agregados a interpretações subjetivas da realidade esportiva mediada, levaram-nos a produzir um mosaico de opiniões, nem sempre articuladas e esclarecidas;
- d) Em vista disso, algumas posições ingênuas, em processo de consolidação, impediam sua passagem para o patamar de um saber esclarecido/esclarecedor, podendo ser caracterizado como inseridos na semicultura esportiva;
- e) Essa semicultura implicava a presença, em seu discurso, de algumas contradições e limites evidentes na perspectiva de intervenção profissional, além de frequentes recursos a uma situação "mágica" da área, em que todos os problemas estariam superados;
- f) Outra consequência observável da semiformação cultural esportiva era a de sua despolitização, resultando na hipertrofia do canal técnico-adaptador e no travamento do seu potencial crítico-emancipatório.

Assim caracterizado, o perfil da turma mostrava-se não muito diverso do que, provavelmente, seria o encontrado nos demais cursos de Educação Física. A principal diferença talvez fosse o fato de que, nela, reuniram-se alunos para quem o entrelaçamento da área do exercício físico e do esporte com a mídia já os inquietava significativamente. E isto, para este estudo, revelava-se traço de identidade muito importante e bem-vindo.

3.2.2. Leitura sobre a intervenção: reflexões a partir de apontamentos do diário de campo

De recente evento acadêmico promovido pelo Programa de Pós Graduação em Ciência do Movimento Humano da UFSM, recolheu-se frase que muito bem representa o desafio que se impõe aos profissionais em formação (e a todos os demais) da área, no que se refere à produção de saberes/fazer sobre esporte/exercício físico pela mídia. No ano de, Durante o I Seminário Nacional de Pedagogia do Esporte (Santa Maria/RS, 1998), com participação de vários convidados nacionais e internacionais, havia programação de mesa redonda sobre mídia, esporte e Educação Física. Como palestrantes, um dos principais pesquisadores do tema no país e o Dr. Fritz Hatting, diretor de jornalismo e de jornalismo esportivo do canal ZDF, a segunda televisão pública da Alemanha. Em brilhante exposição, o pesquisador brasileiro demonstrou como a mídia, e a televisão especialmente, intervêm tecnicamente sobre a realidade, fragmentando-a, descontextualizando-a e recriando-a, podendo destacar ou silenciar sobre aspectos desta realidade conforme seus interesses. Alertava, por fim, para as consequências disso sobre compreensões equivocadas que podem ser produzidas a respeito da Educação Física e do esporte. O Dr. Hatting, após ouvir a palestra pela tradução simultânea, literalmente iniciou seu pronunciamento com a seguinte observação (anotação pessoal da palestra/GLP):

“isto é absolutamente verdadeiro e se não fazemos mais e ainda melhor é porque nos falta competência ou, às vezes, condições técnicas. Só que nós nunca dissemos que a TV servia ao esclarecimento. Isto é tarefa para os pedagogos! E os pedagogos, o que têm feito para esclarecer sobre a televisão?”

Na abertura dos trabalhos do primeiro dia de aula da disciplina-campo, após apresentação de um conjunto de situações-problema, como exemplos da crescente influência de interesses econômicos representados pela indústria midiática sobre a produção da cultura de movimento e esportiva, este desafio do jornalista alemão foi encaminhado aos alunos da disciplina-campo. O propósito foi de introduzir o caráter crítico que se pretendia implementar e a intenção de que a temática fosse analisada na perspectiva do profissional de Educação Física, e na direção das suas possibilidades de ação na formação de sujeitos mais autônomos e seletivos em sua relação com a mídia esportiva.

O impacto da pergunta-desafio atendeu ao pretendido, passando a pautar os trabalhos acadêmicos ao longo das quinze semanas que configuraram o desenvolvimento da disciplina-campo. A compreensão que se estabeleceu na sequência deste primeiro questionamento ratificou a necessidade de intervenção do professor de Educação Física na temática, localizando no cidadão sob sua responsabilidade pedagógica o fulcro desta intervenção. Para tanto, ficou igualmente evidenciado que precisa, também este profissional, alcançar postura emancipada em relação à mídia esportiva, decorrente de formação inicial e continuada que estimule a busca constante pelo esclarecimento. Assim, legitimava-se a proposta didática de oportunizar aos alunos acesso a elementos conceituais e técnicos como “ferramentas” que os levassem a construir, autônoma e coletivamente, entendimento crítico sobre a realidade objetiva (as relações entre esporte/exercício físico e mídia) e ainda lhes permitissem fundamentar estratégias pedagógicas de intervenção emancipadora sobre ela. Metodologicamente, objetivava-se que a apropriação destes fundamentos se desse a partir de procedimentos que aliassem, tanto quanto possível, atitudes crítico-reflexivas (compreensão de conceitos e categorias) e formas ativas de construção do conhecimento.

De forma sintética, a estrutura da disciplina pode ser verificada através dos Mapas da Aulas, dois quadros-síntese que demonstram o seu desenvolvimento. Eles foram gerados a partir das anotações/transcrição do diário de campo, produzido para registro de observações significativas no decorrer da pesquisa:

- a) Mapa das Aulas I , onde é apresentado o registro de datas das aulas e o tema central desenvolvido em cada uma delas (quadro I);
- b) Mapa das Aulas II, que oferece uma visão panorâmica das unidades temáticas que compuseram os âmbitos instituinte e instituído da pesquisa-ação (quadro II).

O quadro I proporciona uma leitura cronológica e sequencial das atividades didáticas implementadas, possibilitando visão de temporalidade somada ao fato de que, pela observação da temática apresentada a cada encontro/aula, é possível acompanhar a construção do tema central proposto pela disciplina.

Quadro I: Mapa das Aulas I - quadro cronológico-temático das atividades de ensino

Aula	Data	Temática central da aula
01	22.10.98	Apresentação da proposta da disciplina e questões pertinentes, programa da disciplina, bibliografia e entrega de escala de opinião para sondagem
02	05.11.98	Estudo sobre teorias do esporte moderno e suas relações com as questões sociais e culturais; patrocinadores e mídia como novos parceiros no esporte-espetáculo
03	12.11.98	Seminário sobre o texto: <i>Breve introdução ao estudo dos processos de apropriação social do esporte</i> (Giovani Pires, Revista da Educação Física/UEM)
04	19.11.98	Leitura e discussão do texto didático: <i>Análise do esporte mediatizado a partir do conceito de Indústria Cultural</i>
05	26.11.98	Reflexão sobre a atualidade do conceito de <i>Indústria cultural</i> aplicado ao esporte espetáculo e sua relação com a globalização econômica e mundialização da cultura
06	03.12.98	Organização da mesa redonda e estudo de algumas técnicas de análise da mídia (introdução à teoria geral da comunicação)
07	10.12.98	Mesa Redonda: <i>Esporte na ou da Mídia - a visão de comunicadores</i>
08	17.12.98	Análise da mesa redonda e produção coletiva de síntese das principais reflexões proporcionadas pelo debate
09	04.02.99	Leitura e discussão do texto didático: <i>os estudos de recepção e o esporte espetáculo; apontamentos para intervenção da Educação Física escolar</i>
10	11.02.99	Reflexões sobre o conceito de <i>esclarecimento</i> , a partir do texto <i>Esclarecimento e emancipação: pressupostos de uma teoria educacional crítica para a Educação Física</i> (Elenor Kunz, palestra no Congresso Mundial da AIESEP; Revista Movimento)
11	18.02.99	Seminário apresentado pelos alunos sobre o conceito de <i>esclarecimento</i> , tendo por base os dois textos anteriormente referidos
12	25.02.99	Organização de pesquisa coletiva sobre procedimentos da mídia esportiva local diante de um evento especial: o "Clássico do Século" (Figueirense x Avaí)
13	04.03.99	Acompanhamento e assistência da partida de futebol objeto da pesquisa
14	11.03.99	Seminário sobre registros da mídia observada; montagem de sínteses produzidas a partir dos relatos/comentários relativos aos diversos veículos acompanhados.
15	18.03.99	Conclusão do seminário sobre mídia esportiva; apresentação de reflexões elaboradas relativas às respostas da escala de opiniões utilizada como sondagem. Encerramento e decisão de formar grupo de estudos para organizar trabalho para CONBRACE.

baseados em argumentos de autoridade (muitas vezes exercidos por ex-atletas, como já se viu), acaba por influenciar significativamente nos saberes que se constroem socialmente sobre esporte. Assim, a opinião pública se confunde com a versão veiculada pelos órgãos de imprensa, subsumindo-se irrefletidamente a ela.

Neste sentido, entende-se que resgatar a autenticidade e a autonomia dos discursos informais a respeito do esporte junto à população pode contribuir para o esclarecimento dos cidadãos, tarefa que pode ser ainda melhor implementada se este cidadão, ao passar sob a responsabilidade pedagógica de um profissional de Educação Física (e são tantas estas oportunidades: só no ensino básico são onze anos!), desenvolver os elementos necessários para suas análises, que, embora mais críticas, não percam a característica da espontaneidade.

Assim, entendeu-se que investir na oralidade e reproduzir este momento no início das aulas da disciplina-campo, provocando os alunos a trazerem para reflexão coletiva aspectos da falação esportiva que presenciavam no seu cotidiano, seria uma estratégia adequada para qualificar sua recepção à mídia esportiva. A intenção pedagógica incluía, obviamente, a possibilidade de diálogo entre a realidade vivenciada e elementos conceituais que subsidiassem sua compreensão num nível teoricamente mais elaborado. A criação desta instância didática dialógica e de responsabilidade compartilhada, proposta logo no primeiro encontro, teve pronta aceitação e constituiu-se numa das dinâmicas mais orgânicas e participativas das aulas. Apelidada de "sportsnews" pelos alunos, numa alusão a programa com título semelhante num canal esportivo da televisão por assinatura, ela serviu para que alguns conceitos e categorias fossem introduzidas no debate, transformando-se em ferramentas teóricas de entendimento das relações entre esporte e mídia.

O objetivo central desta unidade temática, qual seja, o de despertar a atenção dos alunos para uma leitura mais cuidadosa e criteriosa da mídia esportiva cotidiana, tinha ainda propósito didático de significativa importância e evidente vínculo com o marco referencial da proposta teórico-metodológica sugerida para inserção da temática da mídia esportiva na formação acadêmica em Educação Física: a utilização da própria mídia, através das produções de seus

veículos, como material didático a ser ressignificado na prática pedagógica do educador. Efetivamente, esta estratégia didática atende ao preconizado pela corrente pedagógica da educação para a mídia, que entende serem os produtos de seus veículos (rádio, jornal, televisão, revistas) a matéria prima sobre a qual deve-se debruçar o pedagogo para a construção de estratégias didáticas que, partindo de uma situação reconhecida e já significada pelos alunos (a mensagem midiática), possibilite-lhes transcender leituras e versões de senso comum, produzindo entendimentos cientificamente elaborados (cf. Fischer, 1999).

Dentre os vários assuntos que foram apresentados e debatidos neste espaço didático, podem ser resgatados alguns, a título de exemplo de como esta estratégia foi desenvolvida. Para melhor caracterização, é mantida a redação original, isto é, a decorrente diretamente dos registros do diário de campo; por isso são aqui apresentados entre aspas. A manutenção das flexões verbais e pronomes também contribui para garantir a originalidade dos registros.

A primeira delas parece ser bastante apropriada e até, de certo modo, profética. Refere-se ao ingresso do técnico Wanderley Luxemburgo na condição de treinador das seleções brasileiras de futebol (profissional e olímpica), cuja atualidade se deve aos recentes problemas fiscais que, aliados ao fracasso da seleção brasileira de futebol na Olimpíada de Sydney e nas eliminatórias da Copa do Mundo, culminaram na sua demissão.

"Uma aluna, a partir da análise do ingresso do técnico Vanderlei Luxemburgo e equipe (15 profissionais) para dirigir a seleção brasileira de futebol, fez algumas comparações com o antigo técnico, Zagalo. Relatou que a imprensa praticamente tinha 'exigido' a troca, em diversos programas interativos pela TV; que reconhecia a necessidade de mudanças, mas 'percebia' que algo mais havia nesta substituição, pelos comentários que ouvia. Observou que agora havia entrevista coletiva em auditório, afastada dos repórteres, com a presença sempre de mais um dos auxiliares do técnico. Após o primeiro jogo da nova comissão, o procedimento se realizou com a presença de um jogador que, segundo ouviu, havia sido 'escalado para a coletiva'.

Provoquei-os perguntando se estaria acontecendo uma retomada do papel de emissor da informação pela comissão técnica, se a imprensa estaria perdendo o controle sobre a forma de produção da notícia, tornando-se novamente apenas veículo de transmissão. A discussão foi acirrada, comportando posições do tipo 'virou armação, acabou a espontaneidade, agora só saberemos o que a CBF quiser que saibamos, que a imprensa está muito cordata, encantada com o novo modelo de relação', ou, contrariamente, que 'agora há organização para que acabem os privilégios somente para apenas alguns

repórteres, que há um relacionamento de profissional para profissional, etc.' Alguns entenderam ser isso apenas uma primeira etapa, de reconhecimento dos limites por ambas as partes, que depois tudo voltaria ao 'normal'.

De todos os comentários, recolhi um muito interessante que, na verdade, tive de reelaborar para dar sentido ao seu conteúdo, mas que afirmava mais ou menos isso: a chegada do Luxemburgo na seleção equivalia à ascensão de Fernando Collor ao Governo do país⁶³, com suas tecnologias e demonstrações de modernidade 'moderosa'. A preocupação expressa era de que pudesse haver também uma 'Casa da Dinda' do Luxemburgo, numa alusão ao símbolo de corrupção que marcou a deposição do ex-Presidente. Aproveitei para, a partir do livro de Ronaldo Helal (sugerido na bibliografia da disciplina), explicar a aplicação do conceito de 'modernização conservadora' na sociedade e no futebol brasileiro" (aula n.3, de 12/11/98).

Outro registro interessante, por se tratar de clara situação de envolvimento (involuntário) com a mídia, mostra como, particularmente, alguns alunos experimentaram o alcance e o caráter nem sempre muito ético com que a imprensa trata os fatos do cotidiano.

"Pretendia começar a aula logo por uma retomada da exposição do conceito de Indústria Cultural, visando recuperar algumas deficiências de entendimento que havia percebido. Com isso, sugeri que naquela aula suspendêssemos a sportnews. Contrariamente, alguns alunos pediram para relatar fato ocorrido em que eles tornaram-se notícia da mídia local por acaso, objetivando pensarmos juntos sobre como agir. Ocorre que estes alunos haviam participado, no final de semana, como árbitros de percurso e posto de hidratação (fornecimento de copos plásticos de água mineral para o corredores) de uma corrida rústica, pelas principais vias da cidade. Para evitar que os copos, depois de esvaziados, ficassem atirados na rua, eles, por iniciativa própria, haviam providenciado um acordo com um grupo de meninos catadores de lixo reciclável, para que esses passassem a seguir, recolhendo os copinhos jogados nas ruas, calçadas e canteiros. Logicamente, houve um lapso de tempo entre os corredores e os catadores e, em alguns pontos, os mais próximos do final da corrida, estes só chegaram bem depois de encerrada a disputa. Neste ínterim, a cena dos acadêmicos de EF passando pelos copos jogados, sem recolhê-los, em direção ao posto de chegada, foi registrada e motivou observação de um cronista/colunista da cidade que, na ausência de entendimento da totalidade do caso, acusou-os de desleixo e falta de urbanidade em sua coluna na televisão, por não terem colaborado no recolhimento dos tais copos plásticos, ainda mais por se tratar de universitários de uma instituição pública, etc. Assim, sentido-se injustamente referidos, os alunos questionavam o que seria possível fazer.

Antes de tratarmos de possíveis procedimentos, aproveitei a oportunidade para encaminhar a discussão em dois sentidos:

⁶³ É interesse verificar que, no episódio da queda de Luxemburgo, colunista da Folha de São Paulo (Couto, 2.000) tenha feito as mesmas analogias. Duas reflexões no artigo chamam a atenção: a reclamada autocrítica que deveria proceder a expressiva maioria da mídia, adésista de primeira hora do discurso de modernização de ambos os projetos, e o receio de que, trocado o personagem principal, o enredo continue o mesmo, como sugere ter acontecido no âmbito das políticas de exclusão social e descaracterização da identidade cultural e da economia nacional

a) a facilidade da mídia em produzir e engajar-se nos chamados discursos politicamente corretos, atuando como reforçadores destes sem qualquer tipo de reflexão crítica sobre os mesmos. Ou seja, sabendo já haver receptividade positiva sobre a questão do lixo urbano junto aos seus leitores/espectadores (o discurso ecológico), o cronista utilizou-se do mesmo para produzir elemento de empatia e identidade com a causa, sem importar-se com o fato de que, para tanto, agrediu desnecessária e equivocadamente um grupo de estudantes que, inclusive atendendo ao mesmo discurso ecológico e politicamente correto, havia providenciado o recolhimento deste lixo.

b) a facilidade da mídia em acusar, a partir de evidências pouco relevantes e sem qualquer investigação para apurar corretamente o fato, em comparação com as dificuldades imensas com que se deparam os acusados para darem sua versão e esclarecerem o fato. A versão 'oficial' apresentada pela mídia tende a fixar-se muito mais, pelo maior tempo e recursos disponíveis para consolidá-la, demonstrando a fragilidade e vulnerabilidade do cidadão diante de fatos como esse. Vários exemplos surgiram, alguns bastante conhecidos como o do chamado 'caso da Escola Base'. Alguns alunos sugeriram semelhanças de casos reais como esses com alguns apresentados em filmes recentes, sugeridos para assistirmos: O Quarto Poder e Mera Coincidência.

Como procedimento, decidimos elaborar uma correspondência ao dito cronista, fazendo os esclarecimentos que os alunos haviam relatado em aula, informando que o procedimento havia se tornado tarefa da nossa disciplina, pela clara relação com o fato e solicitando que estas informações fossem tornadas públicas em seus espaços na mídia. Uma comissão ficou encarregada de elaborar a correspondência e submeter à turma no final da aula. O caso ensejou que se sugerisse a adoção desta prática de envio de correspondência aos jornais, rádios e emissoras de televisão, esclarecendo sempre que uma informação veiculada contivesse equívocos.

Apesar da mobilização causada, inclusive com o envio da correspondência aprovada pela turma no final da aula, o exemplo não prosperou. Tampouco soube se o cronista corrigiu o equívoco, pois não houve relato posterior neste sentido em aula”(aula n. 5, 26/11/98).

Um terceiro exemplo de temas tratados no espaço/tempo desta unidade temática tem igualmente notória atualidade, quando se sabe que estão em desenvolvimento no Congresso Nacional duas Comissões Parlamentares de Inquérito para investigar o futebol brasileiro. Trata-se das negociações não muito transparentes, envolvendo a CBF, empresas de marketing, patrocinadores e redes de televisão, além de negociações de atletas por altas somas.

“Esta foi a primeira aula após o recesso de final de ano (40 dias) e, por isso, representou o início de um segundo estágio da disciplina. Portanto, propus que se retomassem os trabalhos a partir de uma revisão dos conteúdos que haviam sido desenvolvidos nas aulas anteriores. Antes, porém, um assunto que dominava a mídia esportiva naquele momento foi sugerido para debate na antiga seção sportnews: [...] Outro assunto que ainda fez parte deste momento da aula foi quanto ao surgimento de um novo monopólio no sistema esportivo brasileiro, envolvendo a mídia e direitos de transmissão dos principais eventos nacionais e internacionais nos próximos anos. Trata-se de um complicado quebra-cabeças,

denunciado pelos jornalistas Juca Kfuri, da Folha de São Paulo, e Gabriel Priolli, da Gazeta Mercantil (!). Num esforço de síntese, o que ocorre é o seguinte: a CBF tem contrato de exclusividade com a empresa de marketing esportivo Traffic, do jornalista J. Hawila, que comercializa os jogos amistosos da seleção brasileira de futebol no país - havendo suspeitas de que o Presidente da CBF, Ricardo Teixeira, ainda seja sócio minoritário da empresa, o que ambos negam. Por outro lado, a mesma Traffic é sócia de uma empresa do *holding* do sistema Globo para comercialização das placas publicitárias na maior parte dos estádios brasileiros, tanto públicos como de propriedade de clubes, que terceirizam esta negociação. Coincidência ou não, todos os jogos amistosos da seleção brasileira nos últimos anos têm ocorrido em estádios cujas placas de publicidade são comercializadas através deste consórcio. A mesma Traffic tornou-se, recentemente, ainda mais parceira da Rede Globo, através da intermediação para aquisição dos direitos de transmissão dos principais eventos esportivos até 2006, incluindo Copa do Mundo de Futebol e Jogos Olímpicos. Inesperadamente, a Traffic associou-se também à TV Bandeirantes, arrendando por tempo indeterminado o departamento de jornalismo esportivo daquela empresa e passando, com isso, a ser parceira das duas principais redes de televisão aberta nacionais que mantêm programações esportivas de grande porte. A suspeita é de que, através da Traffic, a Globo tenha subsumido a sua única concorrente, a Bandeirantes, constituindo monopólio na transmissão de eventos esportivos no país, o que inviabilizaria inclusive a entrada de outras redes na concorrência⁶⁴.

A partir deste comentário, podemos conversar sobre a categoria de *promotores-da-notícia* que vem sendo assumida pela mídia, especialmente a esportiva, tornando tênues as fronteiras entre realidade e ficção. Este procedimento, que garante exclusividade e permite aos empresários do meio organizarem o evento da melhor maneira para ser vendido de forma mais lucrativa pela mídia, adquire contornos ainda maiores conforme a quantia financeira envolvida. Neste sentido, comentou-se a realização da Copa Mercosul (naquele ano em sua primeira edição), envolvendo os grandes clubes da América Latina, com uma premiação milionária, paga em dólares, porém, depositados num paraíso fiscal do Caribe, o que levantou suspeitas de lavagem de dinheiro. Os promotores: a mesma empresa de eventos e marketing esportivo, a Traffic, associada a uma rede de televisão, a Bandeirantes" (aula n. 9, 04/02/99).

Obviamente, nem todos os alunos se envolveram tão direta e intensamente, nem com igual nível de participação nas reflexões, mas há informações, obtidas nas entrevistas procedidas após o desenvolvimento da disciplina, de que muitos assuntos continuavam a ser debatidos em outros momentos e locais, incluindo até mesmo alunos não vinculados à turma. Ainda que não se possa considerar estes referidos desdobramentos para efeito de análise, parece lícito sugerir que, ao que tudo indica, esta unidade temática da disciplina cumpriu integralmente o seu propósito,

⁶⁴ Alguns meses após essa aula, a própria Traffic tornou-se uma multinacional, tendo parte majoritária do seu capital vendida para o fundo de investimentos HMTF, em instalação no país, já controlador do departamento de futebol do Corinthians paulista e do Cruzeiro de BH, e com interesses comerciais em emissoras de TV.

servindo de provocação pedagógica para o desenvolvimento cotidiano de situações dialogicamente mediadas, com vistas a construção de possibilidades mútuas de esclarecimento.

A **segunda unidade temática** objetivava oportunizar aos alunos o acesso a bases conceituais que lhes possibilitasse “armar o olhar”, isto é, que lhes servissem de ferramentas teóricas para a compreensão crítica da realidade determinada pelas relações entre esporte e mídia, na perspectiva da área da Educação Física. Para tanto, o roteiro traçado para sua implementação procurou recolher elementos do marco referencial teórico que é sistematizado no primeiro capítulo deste estudo, obviamente com os necessários recortes e adaptações ao nível de entendimento que se julgava compatível com a situação da turma.

Basicamente, construiu-se uma sequência pedagógica que, a partir do conceito composto de “globalização da economia/mundialização da cultura”, possibilitasse alargar o entendimento a respeito deste fenômeno contemporâneo, permitindo deslocar-se tanto na direção de sua possível gênese, representada pelo conceito de “Indústria Cultural”, quanto para desdobramento ligado à área da Educação Física, simbolizado pelos processos de “mercadorização/espetacularização do esporte”.

A temática da globalização econômica/mundialização da cultura, escolhida para servir de eixo de ancoragem da unidade em estudo, foi introduzida através da constatação de uma série de “coincidências” de atitudes e hábitos de consumo no mundo inteiro, desde tópicos mais amplos como grifes de vestuário e cadeias de *fast-food* a questões mais específicas da área, como a assistência de campeonatos nacionais europeus e japoneses nos canais de televisão por assinatura, no mundo inteiro. A partir daí, foi possível construir uma compreensão a respeito das íntimas relações mantidas pelo projeto capitalista de integração dos mercados financeiros e consumidores (globalização da economia) e a tentativa de homogeneização de gostos, valores e comportamentos de diferentes sociedades ao redor do mundo (mundialização da cultura), sendo destacado o papel preponderante das modernas tecnologias de transmissão automática de dados e de comunicação de massa na sua realização. Disso resultaria a ampliação das possibilidades de acumulação do capital, tanto pela redução dos custos de produção – menor variedade, produção em escala -

quanto pelo aumento das vendas de produtos materiais e simbólicos em esfera global. Neste sentido, a mídia tem alargado sua área de intervenção comercial, na medida em que, para além de constituir-se em veículo de difusão de produtos a serem consumidos (publicidade), tem sua própria produção cultural – informação e entretenimento – transformada em mercadoria simbólica. Sua abrangência igualmente se expande, com o advento dos meios técnicos-informacionais, permitindo que sua mensagem adquira proporções inimagináveis e se constitua em rede comunicacional mundial, que envolve e liga as diferentes partes do planeta.

Na busca da compreensão da gênese deste processo de mercadorização da cultura mediada pelos meios de comunicação de massa, introduziu-se o conceito frankfurtiano de “Indústria Cultural”. Para tanto, foram apresentados inicialmente elementos históricos da Escola da Frankfurt, visando contextualizar a referência social e epistemológica a partir da qual se dá a produção da Teoria Social Crítica, onde se insere aquele conceito. Dada a sua complexidade e as características do perfil da turma, optou-se por produzir um texto didático, que permitisse acesso mais simplificado ao conteúdo representado pela conceito e reduzisse as possibilidades de limitação imediata a possíveis leituras posteriores a respeito do tema. Didaticamente, foram empreendidas diferentes estratégias, incluindo exposições dialogadas, leituras e discussão por tópicos do texto, tentativas de relacionar com aspectos da cultura contemporânea, etc. Apesar de todos estes cuidados, é necessário reconhecer que a apropriação do conceito apresentou-se como uma tarefa de grande dificuldade para a maioria dos alunos, ainda que, com certeza, tenham consolidado compreensão inicial suficiente para mergulhos mais rigorosos no tema, se isso fosse objetivado.

Sumariamente, os principais aspectos aprofundados neste tópico foram: i) o entendimento quanto aos processos de reprodutibilidade técnica dos bens culturais; ii) a relação entre bens materiais e bens simbólicos, e sua identidade como mercadoria; iii) a perda da “aura” dos bens culturais únicos, causada pela sua reprodução técnica; iv) a influência da Indústria Cultural sobre o lazer e o tempo livre (que passa a ser mais um tempo produtivo do capitalismo, porque dedicado ao consumo dos bens simbólicos).

Como principais fatores que dificultaram o entendimento a respeito da Indústria Cultural, podem ser apontados a ausência de base filosófico-sociológica à maioria da turma e, correndo o risco comum a qualquer generalização, a falta de hábitos de leitura, reflexão e produção de argumentos em discussões de temas mais complexos, à sua quase totalidade. Igualmente, pode ser apontada como geradora de limitações para a implementação da unidade temática característica dos alunos em perceberem dicotomicamente os problemas, o que os leva a classificar e rotular as partes confrontadas em “bom ou ruim”, “certo ou errado”, “de direita ou de esquerda”, etc. Essa simplificação decorrente da tentativa de redução da complexidade dos fenômenos, traço distintivo do pensamento contemporâneo, tem ainda como consequência a tendência de proceder abordagens superficiais da constituição teórica do problema, sempre na perspectiva imediata da ação sobre ele, gerando certo ativismo ingênuo (Freire, 1980).

Em que pese estes limites, e com base no entendimento que foi possível construir a respeito dos dois conceitos, passou-se então, dialeticamente, a pensar a realidade do esporte na atualidade, como elemento apropriado pela Indústria Cultural e tornado mercadoria a ser globalmente consumida. Assim, foram apresentados os processos sociais de mercadorização/espetacularização do esporte, cuja reflexão serviu-se do conteúdo de texto do próprio pesquisador (GLP), então aprovado para publicação em periódico corrente da área. Certamente, por se tratar de fenômeno presente no cotidiano dos alunos e, além disso, integrante da sua área de formação acadêmica, o tema foi mais bem recebido e facilmente absorvido por eles, inclusive demonstrando a atualidade do conceito de Indústria Cultural para a compreensão da realidade atual, conforme Zuin (1999). Foi possível avançar bastante, tanto na identificação de fatos que simbolizam estes processos sociais de apropriação do esporte, quanto na construção de explicações teóricas para seu entendimento. Os temas que chamaram mais a atenção dos alunos e possibilitaram os melhores debates em aula foram: i) as diferenças de percepção entre quem vê o espetáculo ao vivo e quem o consome pela televisão; ii) a inclusão de tantos e de tão aparentemente diferentes interesses na produção do espetáculo esportivo; iii) as mudanças ocorridas nas regras e formas de competição para adequar o esporte ao formato televisivo; iv) a pseudointeratividade com o teleconsumidor, via sorteios e pesquisas por telefone/internet, visando dar-lhe sensação de participação; v) possibilidade de estar ocorrendo passagem de um estágio “de

esporte na mídia” para outro, “de esporte da mídia”. Este último tópico destacado deu origem a curiosidade da turma em saber qual seria a percepção dos próprios agentes da mídia esportiva a este respeito, resultando num evento didático destacado em item próprio na estrutura do capítulo (3.2.2.2.).

Em síntese, a unidade temática que pretendia proporcionar elementos teóricos para a compreensão crítica sobre o esporte transformado em mercadoria de consumo global através da mídia, possibilitou os seguintes entendimentos:

- a) o estágio em que se encontra o esporte de rendimento ou espetáculo e suas relações com a mídia é inerente ao próprio estágio de modernização capitalista da sociedade. Em outras palavras: diante do processo de desenvolvimento de mecanismos do modelo social vigente, que a tudo percebe como relações de consumo, não seria possível pensar o esporte em outra perspectiva que não a de uma mercadoria. E, portanto, sujeita a todos os mecanismos de sua transformação em algo mais consumível, de maior inclusão de consumidores, maiores lucros, etc...
- b) apesar da magnitude do processo de transformação do esporte em espetáculo e de seu consumo simbólico enquanto mercadoria, preferencialmente pela mídia, ele não pode ser percebido como monolítico. É possível e necessário que se identifiquem espaços de contradição e de resistência por dentro e para além do próprio sistema. Encontrá-los e utilizá-los não significa apenas fazer o discurso da crítica, mas também pensar formas/espacos de intervenção para que suas fragilidades sejam expostas a todos, no sentido de se construir ações contra-hegemônicas. Em outras palavras, proporcionar condições para consumir sim, se quiser, mas com criticidade e autonomia quanto ao “o quê” consumir.

Em relação à **terceira unidade temática**, sua formulação guarda íntima relação com a esperança utópica quanto às possibilidades emancipatórias da educação. Diante da gravidade do quadro do esporte mediatizado - que os conceitos tratados na segunda unidade permitiram traçar - a busca pela construção de opções de resistência e enfrentamento para sua transformação institui-se imperiosamente como tarefa urgente da Educação Física. Os saberes e fazeres da cultura

esportiva, que, simbolicamente, são determinados pela Indústria Cultural, vêm sendo incorporados pela sociedade num processo reducionista, de tal modo que uma e apenas uma possibilidade de acesso ao esporte é admitida: o esporte espetacularizado, para consumo passivo no tempo livre. Como consequência imediata, observa-se a secundarização e o esquecimento de elementos da cultura de movimento (e esportiva) que, pedagogicamente tratados, poderiam servir como alternativas à concepção hegemônica. Essa evidência deve impulsionar os profissionais da área na direção de definirem pressupostos conceituais que fundamentem intervenções pedagógicas, visando, sobretudo, a obtenção de atitudes seletivas e autônomas dos seus alunos em relação ao discurso da mídia esportiva. Situação para a qual precisam, eles próprios, os professores, estarem determinados a construir permanentemente, como parte de sua formação cultural. Essa foi a conclusão a que chegaram os alunos, demonstrando reconhecerem a necessidade e possibilidades de ação emancipatória da área no tema específico.

Assim, esta unidade temática objetivou oferecer fundamentação para um modelo didático conceitual orientado no sentido de apontar caminhos para intervenções crítico-emancipatórias aos profissionais de Educação Física, que sejam centradas na perspectiva da qualificação da recepção e atribuição de sentidos autônomos em relação ao discurso da mídia esportiva. Desta forma, a unidade pautou-se pelo exame de elementos teóricos que permitissem vislumbrar possibilidades de avanço, o que se fez através da aproximação entre vários conceitos, conforme síntese exposta no final do capítulo 2. Em vista da complexidade de alguns destes conhecimentos, produziram-se sínteses que possibilitassem o acesso dos alunos a seus significados, utilizando exposições orais, seminários e outros diálogos, a partir da leitura de textos sobre o tema.

Sumariamente, o esclarecimento foi apresentado como característica universal, inerente ao humano, que, impulsionado por ela, é instado a pensar por conta própria sem dependência de outros, conforme expresso na convocação kantiana. A crença na capacidade de progresso infinito da racionalidade baseada no paradigma da consciência (auto-reflexão), questionada pela crítica ao esclarecimento formulada por Adorno e Horkheimer, percebe seus limites e é revisto por Habermas, que propõe o prosseguimento do ideal da Modernidade (e do esclarecimento) fundado em novo paradigma, o da razão comunicativa. Ela pressupõe a capacidade de sujeitos, livres de

coerção, produzirem entendimentos sobre coisas do mundo (material, normativo ou simbólico) através da linguagem. Isso coloca o “novo” esclarecimento em conexão com os estudos de recepção da chamada corrente latinoamericana, que têm por base o conceito de mediação, como múltiplos filtros culturais que interferem na atribuição de sentidos às mensagens midiáticas. Assim, o esclarecimento da razão comunicativa pode ser considerado aliado no fortalecimento da estruturas de mediação, possibilitando ao receptor, antes considerado um ser passivo, instituir-se como sujeito do processo comunicacional, capaz de produzir significados próprios, construídos no diálogo cultural das muitas vozes envolvidas na sua cotidianidade. O espaço/tempo formal sugerido para a formação do receptor crítico e esclarecido é a escola, através de tendência pedagógica que preconiza a educação para a mídia, numa sequência que envolve, entre outras etapas, o acesso e domínio do uso dos meios, a análise crítica das suas mensagens e a produção autônoma de informações.

Diante deste encadeamento de conceitos e do reconhecimento de possibilidades por eles desveladas, na perspectiva da construção de alternativas de ação para o esclarecimento do discurso midiático, foi possível lançar desafio aos alunos, no sentido de pensarem os possíveis balizadores de intervenção emancipatória da Educação Física em relação à mídia esportiva. Do entusiasmo percebido em relação às possibilidades geradas na macroestrutura, quanto às condições amplas da área em interagir com os meios através de questionamento crítico sistemático que os leve a rever suas posições hoje hegemônicas, os alunos expressaram certa insegurança quanto à definição de ações no plano micro, isto é, das suas próprias atividades no campo profissional nesta direção. Dito de outro modo, ficou o entendimento de que, transformados em receptores críticos (e isso, admitiu-se, é possível!), o modo seletivo como eles se relacionarão com a mídia poderá exigir dela mudanças qualitativas, a fim de tentar reconquistar suas audiências; todavia, a dificuldade explicitada é: como fazê-lo no cotidiano do campo profissional da Educação Física? Revelou-se, por parte dos alunos, um estágio de consciência ainda limitada a expectativas no plano das utopias necessárias, que pressupõem e antecedem o efetivo enfrentamento, na perspectiva da conscientização freireana (“consciência de e ação sobre”), e que se abre como um mar de possibilidades de ação a serem construídas. Esta era a intenção pedagógica da última unidade temática, abordada a seguir.

A **quarta unidade temática**, na verdade, constituía-se em preocupação de natureza metodológica, vez que propugnava a adoção de estratégias pedagógicas caracterizadas por proporcionarem apropriação ativa, criativa e crítica, não apenas das ferramentas de leitura da realidade representada pelas relações entre exercício físico/esporte e mídia.

Deste modo, alguns procedimentos foram planejados e, decorrente do cotidiano próprio do desenvolvimento da disciplina, reorganizados a fim de atender a demandas específicas e interesses da turma. Como a análise das mensagens midiáticas sobre esporte revelava-se o principal objeto de pesquisa, considerou-se adequado oportunizar aos alunos o acesso a critérios objetivos e técnicos para o seu exame. Foram estudados, por exemplo, aspectos como centimetragem e minutagem das inserções, disposição gráfica das matérias, relação destas com publicidade, duração da repercussão e outras formas de avaliação direta da importância atribuída pelo veículo à informação. O estudo sobre análises interpretativas do discurso da mídia, que requer conhecimentos mais rigorosos de linguística para sua correta aplicação (p. ex., características de gênero literário, enunciação, pragmática, slogans, associações, etc.), foi limitado à identificação de parâmetros mais simples, como o uso e o sentido de metáforas, exemplarmente, a utilização de termos bélicos ou violentos (o “artilheiro”, o “capitão”, o “guerreiro”, “fuzilar”, “liquidar o inimigo”, o “matador”, “destruir”, o “confronto”) para referir-se ao esporte, especialmente o futebol. Ou ainda as dimensões da repercussão de uma notícia positiva (ou negativa) para o clube, atleta, federação, etc.

Esta intenção pedagógica foi orientada, como já se anunciou no capítulo 2, na perspectiva da didática comunicativa, comprometida com uma ciência educadora crítica, e representada, na Educação Física, pela concepção crítico-emancipatória (Kunz, 1991; 1994; 1999). Para aquela teoria educativa, *“os problemas metodológicos não são problemas formais; a discussão das questões metodológicas nos dá informações sobre a estrutura e perspectiva de objetivos da ciência educadora crítica”* (Schäfer; Schaller, 1982, p.154). Assim, renunciando a recorrentes posturas polarizadas no interior do debate educacional teórico, como os ocorridos entre tendências

diretivas e não-diretivas ou ainda entre ciências naturais e sociais, a didática comunicativa, como Habermas, preconiza o primado do interesse emancipatório na educação crítica, como conexão entre os interesses técnicos (empírico-analítico) e os práticos (histórico-hermenêutico), que são os orientadores do processo de produção do conhecimento. Considera, ainda, necessária a superação da dicotomia representada pela passagem entre o saber e o fazer, por entendê-los pertencentes a um mesmo processo educativo. Aliado a isso, pondera que a substituição de relações estáticas e hierarquizadas entre sujeito e objeto de ensino (ou entre professor e alunos) por ações comunicativas entre sujeitos igualmente importantes àquele processo proporciona que sejam construídas estratégias autônomas e cooperativas de educação. Para tanto, intervenções reflexivas na realidade constituem-se em procedimentos facilitadores de compreensão contextualizada e esclarecida a respeito dos assuntos tematizados no ensino.

Conforme Kunz (1994), para a implementação metodológica dos pressupostos da concepção emancipatória devem ser buscadas formas didáticas ativas⁶⁵, que oportunizem a vivência individual, coletiva e solidária de situações práticas, mediadas pela linguagem, que exerce papel decisivo, pois é ela *“que permite interpretar as experiências dos participantes num processo de ensino do esporte”* (p.39). Segundo o autor, a competência comunicativa a ser desenvolvida nestas condições deverá possibilitar aos alunos entender crítica e contextualizadamente a questão: *“significa dizer que conduzir o ensino na concepção crítico-emancipatória é ensinar o aluno a ler, interpretar e criticar o fenômeno sociocultural do esporte”* (p. 41).

Com base nestes apontamentos, foram estabelecidas as orientações pedagógicas do processo de ensino-aprendizagem como um todo, além de serem empreendidos dois eventos didáticos que podem ser considerados extraclasse ou, melhor dito, para além da classe (porque didaticamente produzidos e igualmente voltados para os objetivos de ensino da disciplina). Estes eventos adquiriram tamanha importância no desenvolvimento da disciplina-campo, que se considerou desejável conceder espaço próprio para seu relato e reflexão, o que será feito no subitem 3.2.2.2. (os eventos-campo como alargamento didático dos limites do ensino).

⁶⁵ Ver, por exemplo, sua proposta de transformação didática do esporte a partir de sequenciamento pedagógico que prevê três formas de “transcendências de limites”: “experimentando”, “aprendendo” e “criando” (Kunz, 1994, p.116 e seguintes).

A **quinta unidade temática** preconizava o planejamento e a implementação de situações de prática de ensino em que o tema da crítica à mídia esportiva estivesse contemplada, a fim de que se pudessem recolher subsídios para análise da proposta teórico-metodológica desenvolvida para a disciplina-campo. Com ela, pretendia-se promover alternativa concreta para que os acadêmicos tivessem a oportunidade de constatar, junto a estudantes do ensino básico, as consequências imediatas da produção de significados que é perpetuado pela mídia, no que se refere ao campo da cultura esportiva.

Para tanto, as primeiras tratativas com a coordenação de Educação Física do Colégio de Aplicação da UFSC demonstraram inúmeras possibilidades para o desenvolvimento desta unidade. Após alguns contatos com os professores, fortaleceu-se tendência de escolha da única turma feminina do ensino médio que havia optado pelo futsal⁶⁶. O acolhimento da professora responsável foi imediato, conquanto sua turma não fosse requisitada para campo de estágio da disciplina Prática de Ensino do curso de Educação Física da UFSC, que teria preferência regimental.

No decorrer do semestre letivo, perceberam-se limitações objetivas que tornaram inviável o procedimento didático planejado, que podem ser assim resumidas:

- a) concentração da realização do estágio supervisionado da Prática de Ensino do curso de Educação Física nas turmas do Colégio de Aplicação, em vista da peculiaridade do calendário da Universidade naquele semestre letivo⁶⁷, que praticamente eliminou a disponibilidade de turmas para realização das situações de ensino previstas na disciplina-campo. Contatos levados a efeito com os professores supervisores do estágio, visando identificar formas de

⁶⁶ Apesar de estar localizada numa universidade pública destacada no cenário nacional, de ser a escola de aplicação de todos os seus cursos de licenciatura e, por isso, estar a par dos grandes debates pedagógicos da atualidade, o Colégio de Aplicação da UFSC mantém, na disciplina de Educação Física, alguns procedimentos organizacionais e didáticos considerados conservadores pela área: divisão das turmas por sexo, desde a quinta série do ensino fundamental, constituição de turmas por modalidades esportivas (ainda respeitando sexo) no ensino médio, aplicação semestral de testes psicomotores e realização de Olimpíada anual, nos mesmos moldes do esporte de rendimento, envolvendo toda a escola.

⁶⁷ Em vista da greve dos servidores públicos federais no ano de 1998, o novo calendário letivo da UFSC para o 2º semestre de 98 previa o seu encerramento somente na metade do mês de março/1999. Isso impedia a realização de estágios supervisionados em escolas da rede pública ou privada, cujas aulas terminariam, normalmente, no mês de dezembro/98.

- ação em conjunto das duas disciplinas, mostraram-se infrutíferos, sob argumentos os mais diversos: heterogeneidade de semestres/fases dos alunos da Pedagogia do Esporte (de quase calouros a formandos), ansiedade dos acadêmicos com a responsabilidade do estágio supervisionado, dificuldades em compatibilizar horários comuns, etc. ;
- b) constatação de reduzidas disponibilidades e dificuldades de coincidência do tempo livre dos alunos para a realização desta atividade em horário extradisciplinar, já que seu desenvolvimento deu-se no turno noturno e as aulas de Educação Física do Colégio de Aplicação (e de outras escolas próximas à universidade, que foram contactadas) aconteciam no matutino e vespertino. Isso implicaria que as práticas de ensino planejadas não pudessem ser acompanhadas por toda a turma ou fossem realizadas em pequenos grupos, sendo que ambas as soluções serviriam para dificultar as reflexões a serem posteriormente realizadas;
 - c) a redução do semestre letivo, de 18 para 16 semanas letivas (com mais uma aula/encontro não realizada por coincidência com feriado), além da sua fragmentação em dois blocos (antes e depois do recesso de fim de ano), por decisão do Conselho Universitário, a fim de permitir a readequação do calendário da Universidade ao calendário civil, interrompeu o andamento da disciplina.

Este último item merece algumas reflexões a mais, tendo em vista o objetivo de se examinar a adequação da proposta teórico-metodológica . A desaceleração das atividades em vista do longo período de interrupção do semestre (18/dez./98 a 31/jan./99), somada à demora natural em se retomar o ritmo dos trabalhos no pós-recesso, efetivamente contribuiu para que o planejamento se revelasse demasiadamente extenso para a disponibilidade temporal da disciplina. Todavia, parece mais justo considerar ter sido excessivamente ambiciosa a proposta de ensino, por tratar de conteúdos tão complexos, cuja apropriação demanda um tempo relativamente grande para sua transformação em possibilidades de intervenção. Assim, crê-se correta a (auto)crítica de que a unidade temática tenha sido equivocada, fruto da ansiedade do pesquisador em ver implementadas intervenções de educação para a mídia. É possível que os impedimentos que inviabilizaram sua execução tenham, em verdade, contribuído para que práticas de ensino frustrantes, insatisfatórias e estereis de possibilidades de reflexão tenham sido evitadas. Isso não reduz, entretanto, a convicção quanto à necessidade de que tais procedimentos sejam

implementados/refletidos na formação em Educação Física, desde que garantidas condições propícias ao seu integral desenvolvimento.

3.2.2.2. Os eventos-campo como alargamento didático dos limites do ensino

Conforme referido nos comentários feitos à quarta unidade temática implementada, os eventos-campo organizados e realizados pela turma assumiram importância tal, tanto para a própria disciplina quanto para a pesquisa, que uma descrição mais detalhada e, sobretudo, reflexões a respeito das suas produções se justificam; sobretudo, em vista das limitações acadêmicas que, aparentemente, ainda caracterizam o ensino superior da Educação Física: apesar da contundência das críticas e de relativo consenso entre os pesquisadores de teorias educacionais, quanto aos limites de um ensino universitário pautado em métodos que dissociam teoria e prática, parece não ter havido ainda significativas mudanças neste aspecto da formação profissional em Educação Física. A análise dos currículos, ementas e programas de ensino da expressiva maioria dos cursos da área – inclusive a quase centena de novos cursos, aprovados para funcionamento nos últimos dois anos – permite verificar o quanto continua sendo priorizada a aquisição de habilidades técnico-esportivas, que valorizam a dimensão de práticas reprodutivistas, pseudamente orientadas para o mercado de trabalho, mas carentes de oportunidades de reflexão sobre sua inserção no contexto sociocultural, o que, contraditoriamente, parece ser uma demanda específica do próprio campo profissional (Bássoli de Oliveira; DaCosta, 1999). Este fato também pode ser constatado pelas dificuldades de implantação da reforma curricular sugerida pela Resolução 03/87, do então Conselho Federal de Educação⁶⁸, vez que pesquisa produzida por DaCosta (1998), constatou que, nos dez anos seguintes àquela legislação, em menos da metade dos cursos de Educação Física de instituições públicas e privadas havia ocorrido alterações curriculares. O que se pode esperar,

⁶⁸ Esta Resolução do CFE extinguiu o engessamento provocado pelo chamado “currículo mínimo” de formação em Educação Física e tentou implantar mudanças através da inclusão obrigatória de disciplinas de áreas do conhecimento filosófico, sobre o homem e a sociedade.

por conseguinte, dessa nova onda de oferta de cursos de Educação Física, especialmente em instituições privadas isoladas, cujo projeto acadêmico, sabe-se bem, não privilegia a pesquisa como instância de formação profissional? Para reforçar ainda mais este quadro, pode-se observar também a estranha ausência de manifestações das instituições da área, especialmente as formadoras de profissionais, visando o desengavetamento do projeto de novas e profundamente modificadoras Diretrizes Curriculares para a Educação Física, produzido pela Comissão de Especialistas convidados pelo MEC, e que repousa placidamente, há quase dois anos, em algum lugar entre aquele Ministério e o Conselho Nacional de Educação.

Assim, por atenderem ao princípio teórico-metodológico de pautar as atividades de ensino por estratégias pedagógicas que proporcionem a apropriação ativa, criativa e crítica dos conhecimentos, as duas atividades a seguir relatadas destacam-se como espaço/tempo muito significativo, pela autonomia exigida ao implementá-las e pelas sínteses superadoras que foram produzidas pelos alunos.

a) mesa redonda: Esporte “na” ou “da” Mídia? A visão dos comunicadores

Os meios de comunicação de massa, considerados vetores da nova sociedade de consumo, passaram a fazer parte do cotidiano da contemporaneidade. Os seus agentes, isto é, os *media*, assumem *status* de astros de primeira grandeza, tornando-se referência para valores e atitudes socialmente compartilhadas pelos seus consumidores (leitores, ouvintes, espectadores e telespectadores). Deles decorrem sensações de pertencimento ou formas subliminares de exclusão, aparentemente democráticas, como só pode ser em se tratando da Indústria Cultural. Afinal, como afirma Fraga (2.000), ela “*sempre precisou sustentar a ilusão do respeito à liberdade de escolha para esconder que fabricou o próprio consumidor ao manipular o homem pela raiz, ou seja, na elaboração das suas mais íntimas necessidades*” (p.24). Assim, por extensão, parece ser o caso do esporte tecnologicamente consumido e dos seus agentes mediadores, os profissionais da mídia envolvidos com a produção da (ir)realidade cotidiana a

que se refere Eco (1984). Teriam, esses comunicadores, consciência do alcance decorrente do exercício de suas atuações profissionais? Como se colocariam em relação ao esporte que é apropriado pela mídia? Essa curiosidade foi aguçada ainda mais quando tópicos sobre mercadorização e espetacularização do esporte foram tematizados através de texto analisado na disciplina, proporcionando abordagem específica da crescente importância que vem adquirindo a indústria midiática para a instituição de mudanças na cultura esportiva.

Em vista disso, a grande dúvida que se colocou para a turma é se ainda há o *esporte "na" mídia*, ou seja, uma instituição relativamente autônoma veiculada por outra, ou se já se percebe uma relação de nova hegemonia, caracterizada pelo *esporte "da" mídia*. Assim, decidiu-se pela realização de evento didático, aberto a acadêmicos de Educação Física e de Jornalismo da UFSC, em que tal tema fosse objeto de análise pelos próprios comunicadores da área. Para tanto, deveriam ser convidados jornalistas esportivos com destacada atuação local/regional em mídia impressa, radiofônica e eletrônica. Desta forma, foi concebida, organizada e realizada a mesa-redonda "esporte **na** ou **da** mídia? – a visão dos comunicadores", atividade que mobilizou toda a turma, com os alunos distribuídos em comissões de trabalho (divulgação, científica, registros, social e de infra-estrutura). Ao professor, competiu a tarefa de formular os convites à participação dos profissionais. A escolha de quais os jornalistas a serem convidados atendeu ao critério de representatividade na área e de atuação mais destacada em veículos específicos, ainda que tivessem intervenções também em outros meios. Neste sentido, foram contatados e aceitaram participar o subeditor de esportes do jornal estadual de maior circulação e tiragem, o coordenador da equipe de esportes da principal emissora de rádio da capital e o diretor local de esportes de rede nacional de televisão, reconhecidamente envolvida com o esporte.

Considera-se que o evento foi muito bem sucedido, com boa participação de acadêmicos, pos-graduandos e professores do curso de Educação Física⁶⁹ (na sequência, comenta-se a ausência de representantes do curso de Jornalismo). Além dos três convidados,

⁶⁹ O anexo 4 reproduz algumas imagens recolhidas pela comissão de alunos responsável pelo registro do evento.

diversos outros presentes referiram-se à ótima organização por parte dos alunos da disciplina. Eles próprios sentiram-se recompensados pelos esforços empreendidos, destacando que a responsabilidade delegada às comissões havia gerado mobilização e autonomia.

Para o interesse que move a pesquisa, vale a pena deter-se um pouco mais nas sínteses elaboradas em conjunto com os alunos, em dois momentos posteriores à realização da mesa⁷⁰. Como já se procedeu em itens anteriores, as observações aqui apresentadas foram recolhidas diretamente da transcrição dos registros do diário de pesquisa; por isso, a apresentação entre aspas e com diferente disposição gráfica.

“Seguindo sugestões dos alunos, encaminhamos a reflexão sobre a mesa através de duas vertentes de análise: o conteúdo da mesa (palestras e intervenções) e a forma (organização da turma)⁷¹.

a) conteúdo da mesa: de maneira geral, considerou-se que não aconteceram grandes ‘achados’ na mesa, tanto em relação aos palestrantes como de parte das intervenções. As falas foram classificadas em: i) total sinceridade e bem articulada, fundada na experiência cotidiana do ‘fazer-jornal’, por parte do subeditor de esportes do jornal; ii) também sincera, ainda que muito centrada na experiência particular e, por isso, meio confusa, a do radialista; iii) defensivo, com alguns avanços teóricos, e marcada pela nuance de dados estatísticos e de marketing, pelo jornalista da televisão (‘modernoso’, na avaliação de uma aluna)”.

Alguns temas predominaram nas palestras e debates e, a partir deles, foram construídos coletivamente as seguintes sínteses, aqui dispostas conforme o assunto específico a que se referem:

“ - sobre a própria mídia:

1. Hoje, com o fim da censura política, criaram-se novos modelos de análise da influência de fatores externos em relação a alguma informação relevante. Estaria havendo uma democratização da notícia, visto que há um processo de vigilância entre os concorrentes e não tem mais como não dar algo que os demais estão informando. Assim, não é mais a presença ou não da notícia que demonstra os interesses externos (ainda que a maneira como a notícia é dada evidencie diferenças de importância atribuída), mas sim o tempo e o tipo de repercussão da informação nos programas seguintes;

⁷⁰ Na aula seguinte à realização da mesa, fez-se uma primeira síntese dos pontos relevantes. Posteriormente, a assistência do vídeo editado, com as intervenções dos palestrantes e da plenária, proporcionou nova síntese, mais consistente e aprofundada.

⁷¹ As avaliações referentes à questão da forma do evento não são aqui apresentadas, porque sua temporalidade específica as tornam pouco relevantes para este texto.

2. Há decorrências claras da relação entre a empresa jornalística e patrocinadores (inclusive o Estado) na informação prestada. Há ingerência demasiada e ainda crescente dos interesses comerciais na qualidade e, principalmente, na independência da informação. O jornalista, conforme sua área de intervenção na mídia (o colunista muito mais, porque assina suas matérias!), anda sobre o fio da navalha, sofrendo um dilema ético que pode ser resumido em 'informar ou comer!' Tentar manter autonomia e correr o risco de agir contra os interesses nem sempre explícitos (dificuldade a mais) da empresa em que trabalha pode garantir tranquilidade de consciência em relação aos seus ouvintes/leitores mas também pode significar desemprego. Jornalistas com este perfil, se sinceros, não duram muito na mesma empresa, mas têm garantia de emprego, porque a polêmica conquista audiência, que tende a se enfraquecer com o tempo. Há também aqueles que desenvolvem linha editorial aparentemente autônoma, mas que pautam cuidadosamente suas 'brincas' pelo que entendem ser territórios neutros em relação aos interesses do seu empregador. Estes são pouco considerados entre os colegas e dificilmente atuam em equipe. Há ainda os chamados 'chapa-branca', que falam o que a empresa/governo deseja ou, por esperteza, buscam fazer aproximações da sua empresa com possíveis patrocinadores, visando compensações futuras. Segundo os convidados, aprender a discernir as influências de interesses comerciais na mídia e entender os 'papeis' dos vários profissionais do setor é tarefa de todo o cidadão, mas ele dificilmente aprende sozinho. Por isso, entendem que as instituições comprometidas com a democratização da sociedade e, por conseguinte, da informação precisam instrumentalizar o receptor, torná-lo mais crítico, autônomo e exigente;

3. A segmentação da audiência por setores específicos, que já começa a se consolidar com a televisão a cabo e se mostra ainda incipiente em algumas poucas experiências de rádio e jornal, é tendência internacional. Nos EUA, nenhuma rede de TV, aberta ou a cabo, tem mais do que cinco pontos nas pesquisas de audiência (no Brasil, em canais abertos, se não der mais do que 10%, o programa sai do ar!). Esta tendência vai particularizar os embates por audiências específicas, fazendo com que qualidade da informação volte a ser um elemento determinante, porque será mais fácil comparar. O risco é de especialização do setor, tendo como consequência o fato de que o receptor passa a consumir informações cada mais aprofundadas mas, ao mesmo tempo, muito limitadas a um só tema. Buscar o equilíbrio por parte da mídia vai se tornar cada vez mais difícil, em vista da concorrência: 'especialização leva a cada vez maior especialização!' Assim, é preciso que o consumidor assuma esta capacidade de diversificar, de buscar outros temas, ampliar informações. Mas, para tanto, ele precisa ser estimulado, incentivado, formado pelas instituições sociais democráticas.

4. Sobre o possível papel formativo da mídia, há consenso de que a formação que ela pretende é, na verdade, 'deformativa', uma vez que objetiva formar o consumidor (de mídia) participativo, integrado à programação, mas acima de tudo fiel ao meio e dependente dele, pois a idéia que predomina é que se o consumidor for buscar informações nas 'coirmãs' (outras mídias) pode não retornar. Assim, a concorrência no meio torna necessário tentar segurar a audiência e isto, segundo os palestrantes, 'deforma' o consumidor, pois lhe retira a iniciativa de ouvir outras opiniões, buscar comparações, ampliar seu entendimento sobre um tema, etc.

- sobre mídia esportiva:

1. A mídia em geral é acusada de fragmentar a informação para vendê-la a partir do singular, do caso particular. E que, neste processo, privilegia a ação humana individual e, se possível, heróica. A mídia esportiva também lida com a individualidade, promovendo a figura do ídolo do momento: aquele que não mais consegue comover o consumidor precisa ser substituído rapidamente. Apesar de reconhecerem que este procedimento cria limites para a compreensão da totalidade da realidade social, além de causar problemas éticos com estes ídolos constantemente renovados, os convidados entendem que a análise da questão não pode ficar limitada à mídia. Precisa ser analisada sociológica e talvez antropologicamente, pois parece ser traço característico da cultura brasileira e latinoamericana, no mínimo. Da mesma forma, entendem deva ser examinado o tipo de matéria padrão 'do menino pobre que perseverou e venceu no esporte' (mobilidade social), utilizada exaustivamente pela mídia do setor; isto não é invenção da imprensa, muito menos da esportiva: estes casos, ligados a outros âmbitos da sociedade, são contados como fábulas ao longo da história, como exemplos edificantes para a formação da personalidade de crianças e adolescentes no mundo inteiro. O ídolo do esporte, menino pobre que venceu na vida, seria apenas a atualização do herói das antigas fábulas!

2. No plano da mídia esportiva, há uma dificuldade a mais para quem se dedica a cobertura do futebol, ao mesmo tempo considerada a razão da paixão que move os especializados na modalidade: é o aspecto da paixão clubística do torcedor – e que só existe no futebol. Jornalista que não conseguir compreender esses determinantes, não aprender a 'sentir' a torcida, não souber o momento certo de 'malhar' ou de 'encher a bola' de jogadores, técnicos e dirigentes, terá carreira curta no meio. A partir desta constatação, surgiu série de reflexões sobre possibilidades de mudanças neste aspecto a partir do processo de profissionalização dos clubes, que inclui até a venda dos seus respectivos departamentos de futebol. O exemplo Parmalat-Palmeiras foi bastante citado como um caso de parceria que deu certo para ambos (clube e empresa), mas a dúvida é se isto também ocorrerá no caso de vendas para bancos, fundos de investimento ou outras instituições menos visíveis, que precisarão obter lucro diretamente do clube ou empresa esportiva criada para este fim, através da venda de jogadores ou da marca do clube, por exemplo. No caso da Parmalat aconteceu uma transferência de paixão da torcida do clube para a empresa, repercutindo diretamente na venda dos produtos Parmalat.

- sobre o esporte na formação profissional em jornalismo:

1. No âmbito da formação profissional, o jornalismo esportivo ainda é considerado de menor importância, refletindo-se isso nas avaliações acadêmicas, tanto de projetos de pesquisa e extensão, como no próprio currículo: não há nenhuma disciplina voltada para este tema na grade do curso da UFSC e, provavelmente, na maioria dos demais cursos de graduação do país.

2. Nenhum dos três palestrantes jamais havia sido convidado para participar de qualquer debate sobre mídia esportiva junto ao curso de Jornalismo. Surpreendia-os satisfatoriamente que a Educação Física estivesse preocupada com este tema, apontando a possibilidade de outras ações colaborativas consideradas necessárias ao melhor desempenho do profissional de mídia que atua no setor esportivo.

3. A ausência de professores e acadêmicos do curso de Jornalismo, convidados que foram através da coordenação daquele curso (por considerar-se que o evento poderia ser um início de diálogo com profissionais e estudantes daquela área), talvez sirva para confirmar as afirmações dos palestrantes, de que o esporte ainda é pouco considerado na área de formação do jornalista.

4. No campo profissional, entretanto, já há uma mudança significativa desta situação, promovida principalmente pela capacidade de obter patrocínios de parte do setor esportivo da mídia. Assim, ainda que não seja pelo reconhecimento da possível importância da sua informação, mas pelo aspecto financeiro favorável, o esporte passou a ser bem mais valorizado nos meios. Melhorar a qualidade da informação, todavia, depende de mudanças efetivas quanto a sua importância, começando pela formação acadêmica.

- sobre o tema específico da mesa e seus desdobramentos:

1. Sobre o tema da mesa, questionados ao final do evento, os comunicadores concordaram que ainda se vive um período de esporte na mídia, mas que a confluência de interesses dos patrocinadores e dos meios de comunicação já os tornam co-promotores do espetáculo esportivo. Sua interferência pode ser observada no cotidiano, pelos variados exemplos apresentados no debate. Com isso, há tendência muito forte de que estes (mídia e investidores/patrocinadores), já a médio prazo, passem a ser proprietários ou sócios majoritários do esporte. Neste caso, estaremos inaugurando o tempo do esporte da mídia (e dos investidores e patrocinadores, ressaltaram eles!).

2. Síntese final elaborada pela turma, a partir das reflexões sobre intervenções da mesa redonda, aponta que, embora o procedimento atual da mídia seja determinado prioritariamente pelos interesses comerciais, ela não é, todavia, indiferente aos critérios de audiência. Mudanças profundas na própria mídia, por decisão própria, dificilmente aconteceriam. Somente se mudar o perfil de exigência da audiência, representada, por exemplo, por demonstrações claras de insatisfação, seja para com a própria mídia, seja com os produtos dos patrocinadores, só assim a indústria midiática vai fazer alterações em sua conduta operacional e ética, pelo receio de inviabilizar-se economicamente (e só por isso!).

Comentários: se a participação dos convidados não chegou a empolgar pelo conteúdo das suas falas/intervenções, sua presença no campus universitário pode ser considerado fato a ser comemorado. Donos de significativo prestígio junto a comunidade local, a sua participação no evento foi objeto de comentários durante vários dias, até mesmo por pessoas que não puderam participar da mesa (isso dito, muitas vezes, em tom de lamento!). Além disso, abriu-se canal de diálogo com parcela importante da mídia esportiva, inclusive revelando interesse de intercâmbio de parte dos próprios representantes dela, que reconheceram necessidade de mediar sua experiência profissional com novos aportes teóricos vindo do setor acadêmico. Para a intenção expressa desta pesquisa, que é a de introduzir, na agenda de debates da formação/intervenção da Educação Física, a questão da mídia esportiva na perspectiva da educação para os meios, o evento revelou-se de suma importância, tanto pelo ineditismo e qualidade quanto pela acolhida que teve na área. A participação de vários alunos de pós-graduação (*latu e strictu sensu*) demonstra que também neste âmbito a discussão é percebida como relevante. Em

relação aos alunos da disciplina, confirmou-se a ótima impressão que vinha construindo deles nestas primeiras aulas. A responsabilidade em assumir a realização do evento e levá-lo a bom termo está a demonstrar que se pode investir na capacidade de auto e co-determinação dos alunos, desde que fique claro a todos um plano minimamente pré-estabelecido de critérios e metas de trabalho". (**síntese dos registros das aulas n. 08 - 17/12/98 - e n. 10 - 11/02/99**).

A reconfortante avaliação positiva que o evento recolheu de todos os participantes levou os alunos a significativo estágio de motivação para atividades com este perfil, servindo para que a intenção de implementar projeto de estudo empírico sobre a mídia esportiva ficasse ainda mais reforçada. Paralelo a isso, a percepção de que a turma expressava responsabilidade e capacidade de ação coletiva revelava certa garantia de aproveitamento mútuo de eventos pedagógicos de natureza ativa e crítica.

b) produção coletiva: "Figueirense x Avaí: o clássico do século"

O outro evento-campo que está sendo destacado, diferentemente da mesa-redonda, havia sido previsto no planejamento, ainda que as consequências e seu alcance, isto é, sua transformação em texto apresentado/publicado no maior evento da área, certamente, superou quaisquer expectativas que se pudesse ter em relação a ele. De fato, o que se pretendia era levar os alunos a exercitar alguns mecanismos de análise dos veículos da mídia, especificamente a cobertura de um evento que ocupasse considerável espaço e repercussão nos órgãos locais da imprensa. A oportunidade se apresentou logo no início do segundo bloco de aulas, no período pós-recesso de final de ano. Em razão do aumento do número de equipes que disputariam a Copa do Brasil, torneio oficial da CBF que garante uma vaga ao seu campeão para a Taça Libertadores de América, um jogo de futebol até ali inédito estava programado: jamais Figueirense e Avaí, os dois clubes da capital, haviam se defrontado em torneio de âmbito nacional. Em função disso, foi sugerido o acompanhamento da mídia nos períodos imediatamente anterior e posterior ao jogo, para verificar-se como esta partida seria

destacada. Um primeiro esboço do projeto de pesquisa foi apresentado à turma, que acolheu entusiasmada a proposta. Após algumas alterações, o plano foi traçado definitivamente, sendo mapeados os veículos a serem acompanhados, as formas de registro, as possibilidades de análise e a produção do seminário de apresentação dos resultados. Os dados referentes à organização do trabalho são os seguintes:

a) Período de realização: toda a semana do evento (27/02 a 07/03), desde o sábado anterior até o domingo posterior ao jogo, que seria realizado no dia 04/03/1999.

b) Veículos a serem acompanhados:

- Jornais: Diário Catarinense, A Notícia e O Estado
- Rádios: CBN-Diário e Guararema (únicas que têm programação esportiva permanente)
- Televisões: TV RBS (afiliada da rede Globo) e TV Barriga Verde (afiliada da rede Bandeirantes), escolhidas pelo mesmo motivo que determinou a escolha das rádios. Também foram definidos os programas e a constituição dos grupos de alunos que se ocuparam do acompanhamento de cada um deles, sendo destacado que igual atenção deveria ser dada para a publicidade veiculada nos programas.

c) Registro dos dados: seriam fotocopiadas as seções de esporte dos jornais (e alguma mais, caso houvesse inserção do tema) no período; igualmente, seriam gravados, respectivamente, em VHS e cassete, no mínimo, dois programas esportivos diários das emissoras de TV e rádio apontadas.

d) Sistematização dos dados: num primeiro momento, os dados seriam quantificados conforme metodologia já apresentada em aula anterior (e revista em outros momentos), considerando tamanho, disposição, tempo, chamadas, etc. A seguir, deveria ser procedido exercício inicial de análise de conteúdo das mensagens, destacando linguagem, ênfase, comparações, e outras. Com esta etapa, pretendia-se constituir categorias frequenciais de análise.

e) Apresentação dos dados: a primeira intenção apontava a organização de seminário em aula, em que os grupos apresentariam relato descritivo-interpretativo do material recolhido, a fim de ser analisada a existência de possíveis tendências. Dependendo dos resultados que fossem conseguidos para o seminário, outras decisões seriam tomadas sobre se e como divulgar a experiência.

Como a data do jogo coincidiria com um dia de aula, ficou estabelecido que todos os alunos que pudessem iriam ao estádio, independentemente das suas tarefas na pesquisa, a fim de acompanhar pessoalmente o evento cuja cobertura jornalística estava sendo analisada. O evento se apresentava como experiência bastante interessante, pois mais da metade dos alunos da turma jamais havia assistido ao vivo a um jogo de futebol profissional na vida, conforme seus próprios depoimentos! A idéia de “ler as entrelinhas” do texto midiático lhes pareceu bastante provocador. Isso sinalizava que a pesquisa estava sendo de tal modo formativo que, independente dos resultados a que se chegasse, a experiência vivida já teria sido importante para a formação de professores de Educação Física receptores-sujeitos, críticos à mídia esportiva.

Novamente, dá-se voz ao campo, ao reproduzirem-se os registros do diário de pesquisa quanto ao retorno produzido e sínteses elaboradas, pois sua transcrição parece ser suficientemente clara, contendo os elementos mais importantes que constituíram este evento-campo.

“Resolvemos iniciar a parte principal da aula pelo relato dos alunos em relação ao que sentiram com a experiência vivida, tanto dos estreates em estádio como dos que viram o jogo com, pela primeira vez, a intenção de analisá-lo. Em relação aos primeiros, pude perceber de pronto que havia um misto de euforia e alguma frustração, essa decorrente da diferença de qualidade técnica entre o espetáculo que costumam ver pela TV – em jogos dos times da elite brasileira – e o que assistiram no Estádio! Mas, no geral, relatos interessantes sobre manifestações das torcidas, envolvimento apaixonado de torcedores, entre outros, foram feitos. A forma deles interagirem concomitantemente com a realidade observada e aquela mediada pelos comunicadores (observaram que quase todo mundo assiste ao jogo com o rádio colado ao ouvido), ‘respondendo-lhes’ em voz alta, foi considerada intrigante pelos alunos. Observaram ainda que as conversas entre torcedores parecem ser muito mais motivadas pelos comentários ouvidos do que, propriamente, pelo que estavam assistindo, demonstrando que a racionalidade presente naquele momento decorre mais das interpretações mediadas pelos narradores/comentaristas do que a própria compreensão sobre o que estavam assistindo.

Outras manifestações foram no sentido do distanciamento verificado, tanto de ênfase como até mesmo temporal, entre os fatos acontecidos e a narração do jogo (destacaram também a diferença da transmissão pelo rádio, que eles acompanharam no momento, e a pela televisão, que a maioria costumeiramente faz). Ainda foi comentado que momentos de interação entre a mídia e os torcedores presentes foram percebidos, principalmente quando os narradores ‘provocavam’ a torcida de um ou outro clube a manifestar-se, ou quando faziam referências a determinadas manifestações das torcidas. Nestes casos, os torcedores intervinham também como emissores no processo comunicacional, invertendo a unidirecionalidade da informação”.

A seguir, é apresentado o relato das primeiras observações dos alunos quanto ao material recolhido na mídia sobre o jogo, mantendo ainda a forma da transcrição dos dados registrados no diário de campo.

“Na sequência, propus que fizéssemos uma primeira rodada de relatos do material recolhido da mídia, procurando sintetizar as observações procedidas em relação a estes dados.

Primeiramente, o grupo que pesquisou os **jornais** apresentou fotocópias do material, que fizeram circular entre os colegas à medida em que iam expondo. Com dados quantificados, levando em consideração três critérios adotados pelo grupo (manchete, número/tamanho de colunas e página par ou ímpar), apresentaram os dados, evidenciando algumas observações interessantes:

- a) a divulgação do jogo e sua importância ocupou espaços significativos nas edições dos dias anteriores ao jogo; em alguns casos esses espaços eram quase iguais aos destinados às matérias informativas das equipes ;
- b) grande parte das matérias de divulgação e promoção do jogo apontavam a possibilidade de haver um segundo confronto, conforme previa o regulamento, caso não acontecesse vitória por dois gols de diferença do time visitante, no caso, o Avaí. Em mais de uma edição, foram encontradas colunas (matérias assinadas) que afirmavam o benefício financeiro que proporcionaria este segundo jogo.
- c) observação de que os jornais dos dias posteriores ao primeiro jogo – que já começavam a divulgar, portanto, o segundo – tratavam este fato com total naturalidade, sem nenhuma referência ao aspecto financeiro que anteriormente havia sido colocado como uma possível justificativa para sua existência;
- d) o Avaí teve mais espaços, mais manchetes em cabeça-de-página e mais presenças em página ímpar do que o Figueirense, em dois dos três jornais estudados e em, praticamente, todos os dias pesquisados;
- e) presença diária de publicidade do patrocinador do Avaí no rodapé da página em que a matéria informativa daquele clube era apresentada no jornal de maior tiragem (Diário Catarinense) levava a associação direta entre clube e empresa.
- f) esse mesmo jornal (DC) utilizou em várias manchetes no período pesquisado e em quase todas as matérias de divulgação do jogo a expressão “Clássico do Século” para referir-se ao evento.

g) um dos jornais, A Notícia, talvez por ser de fora da capital (Joinville), manteve maior isenção e equilíbrio em relação aos dois clubes, além de não apresentar publicidade dos patrocinadores, embora as colunas (assinadas) contivessem comentários diários sobre o clássico e também fizessem referências ao possível segundo jogo, que de fato aconteceu.

Análise interpretativa procedida pelos alunos do grupo fez referência ao uso frequente de linguagem bélica e violenta para nomear funções e procedimentos no esporte. Observando o material informativo, foram constantemente encontradas expressões como 'o matador', 'o artilheiro', 'o combate', 'o time irá com tudo para cima do inimigo', 'o avante fuzilou para a rede do adversário' e outros. Isso já faz parte do dialeto do futebol e, por isso, não são avaliadas as consequências que seu uso pode acarretar no incitamento à violência, especialmente entre os torcedores.

A seguir, o grupo das **rádios** apresentou síntese das observações realizadas, destacando alguns aspectos bastante coincidentes com o relatado pelo grupo do jornal:

a) primeiramente, eles relataram o grande envolvimento do veículo rádio com o jogo. Observaram a presença de chamadas, no meio da programação geral, anunciando e convidando os torcedores para irem ao Estádio e levarem seu radinho, para acompanhar o jogo.

b) Embora não tenha sido acompanhada na pesquisa, foi relatado que até mesmo uma emissora FM, sem qualquer tradição em jornalismo esportivo, transmitiu o jogo, constituindo às pressas uma equipe de esportes.

c) A rádio CBN-Diário, pertencente ao Grupo RBS, também proprietário do Diário Catarinense, assim como aquele jornal, adotou o slogan 'O Clássico do Século' para referir-se ao jogo, destacando sua importância. A outra rádio acompanhada considerou a partida como 'o maior evento esportivo da temporada'.

d) Aparentemente, novos anunciantes foram agregados aos horários de programas esportivos, haja visto as referências dos locutores que anunciavam e desejam boas-vindas a estas empresas.

e) Os chamados repórteres setoristas, que acompanham o cotidiano dos clubes e dão as informações muitas vezes diretamente do local de treinamento ou concentração, foram abundantemente acionados nas programações esportivas das emissoras de rádio. Pequenos detalhes, aparentemente sem importância, eram trazidos como aspectos do clássico: descrição da rotina dos atletas, presença de torcedores, diretores e conselheiros, dúvidas de escalação das equipes, enfim, tudo era motivo para suas intervenções.

f) Ainda em relação aos setoristas, chamou a atenção o fato de que eles são, ao menos aparentemente, patrocinados por empresas, porque sempre anunciavam falar em nome desta ou daquela, ao concluírem seus comentários afirmando: 'para a firma X, direto do estádio tal, repórter fulano'. Observam desta forma um confuso entrelaçamento entre informação e publicidade, um tanto quanto questionável do ponto de vista ético.

g) A possibilidade de um segundo jogo foi objeto de diversos comentários e, principalmente, de enquetes feitas com torcedores nos dias que antecederam o jogo e até mesmo dentro do estádio, no dia do jogo. O fator econômico permeava sempre estes comentários e questionamentos, embora se afirmasse que, do ponto de vista ético, isto não poderia se confundir com arranjo de resultado. Até mesmo torcedores do Avaí, o

único clube que poderia determinar a não realização do segundo jogo, concordavam com esta lógica.

h) Embora não muito significativo, foi possível perceber tempos um pouco maiores dedicados ao noticiário do Avaí em quase todas as programações esportivas diárias, assim como nas intervenções dos comentaristas, que se debruçavam mais sobre detalhes da preparação deste clube em suas análises do que em relação ao Figueirense.

i) Chamou a atenção dos alunos a paixão com que os radialistas informavam e faziam seus comentários sobre os clubes, havendo uma nítida sobreposição do torcedor ao profissional.

j) Dirigentes do Avaí, acompanhados de alguns atletas, visitaram redações dos programas de esporte, distribuindo brindes do clube e convidando os jornalistas (e a "nação avaiana", como afirmavam) para a inauguração do bar temático no estádio da Ressacada, no dia anterior ao jogo. Isto repercutiu favoravelmente ao clube e proporcionou um incremento da sua divulgação nos programas esportivos.

O grupo ficou de transcrever mais algumas partes das gravações que consideravam interessante para se tornarem objeto de análise (já haviam feito algumas transcrições, que apresentaram neste dia).

Passamos então para o último grupo, que havia acompanhado as duas emissoras de **televisão** com programação esportiva local. Por motivos particulares, eles não tinham ainda se reunido para rever e analisar os vídeos gravados, por isso foram feitos comentários superficiais e fragmentados. Todavia, também aqui foi possível traçar um breve perfil do tipo de cobertura jornalística que fizeram quanto ao clássico, que se resume em:

a) Foi notada diferença bastante evidente entre a RBS TV (Globo) e a Barriga Verde-TV BV (Bandeirantes). Enquanto a primeira preocupa-se em manter o chamado 'padrão Globo de qualidade', de total sobriedade e aparente isenção, tentando apenas informar, a TV BV assumiu o seu lado nativo, colocando comentaristas assumidamente torcedores, tanto de Avaí como de Figueirense, para 'aquecer' os debates, tornando os programas essencialmente de opinião.

b) A RBS TV, assim como os demais veículos do Grupo, também tratou o jogo por "O Clássico do Século", o que permitiu perceber ter sido estratégia unificada de marketing do jogo, por parte do grupo RBS.

c) Em ambas as emissoras, a divulgação do jogo transcendeu à programação esportiva, sendo introduzidas chamadas institucionais em vários horários das respectivas grades, exaltando o caráter inédito e singular do clássico e convocando os torcedores para irem ao estádio para prestigiar os clubes da capital.

d) Também na televisão, o departamento de marketing do Avaí distribuiu brindes e convites para inauguração do seu bar temático, obtendo comentários simpáticos pela iniciativa. Em certo programa de variedades, de forte apelo popular, a presença de dirigentes e atletas do Avaí com este objetivo fez com que o apresentador, assumido torcedor do Figueirense, literalmente vestisse a camisa do Avaí que havia ganho, em reconhecimento ao trabalho de divulgação deste clube.

e) A TV BV, que além do bloco de informação sobre os clubes, mantinha dois comentaristas diariamente em seu programa esportivo de meio-dia, deu a perceber discreta preferência pelo Avaí. Na condução do programa, o mediador tentava, nem sempre com sucesso, equilibrar os tempos de manifestação dos comentaristas.

f) Programa local de esportes na RBS TV, no sábado posterior à partida, dedicou metade do tempo (dois blocos) à rerepresentação de lances do jogo, promoveu entrevistas de jogadores e comissão técnica, até mesmo em interação com torcedores, respondendo perguntas pré-gravadas destes. Entendeu-se como recurso de marketing para prolongar a repercussão do primeiro para divulgar o segundo jogo. Estas imagens exploraram especialmente os dois centroavantes dos respectivos clubes, chamando-os de “os matadores”, o que mais uma vez chamou a atenção dos alunos. Além disso, tentativa de individualização do confronto na figura destes atletas, promovidos a heróis, passava a sensação de que eram eles os responsáveis diretos pelos resultados das partidas, desconsiderando os demais profissionais envolvidos.

Comentários: pode-se verificar que, apesar de ainda carentes de maior sistematização e de reflexão coletiva pela turma, havia observações importantes no que foi apresentado e, principalmente, apontava haver ainda muito material para análise nos dados recolhidos da programação esportiva dos veículos. Concluí a atividade questionando os alunos quanto a sua opinião sobre o que fazer com tanto material e tanto esforço despendido em sua geração e análise. Relatos parciais (por veículo) para serem entregues como tema de conclusão da disciplina (eles viviam preocupados porque eu não havia apresentado nenhuma estratégia específica de avaliação para produção de nota!) foi a sugestão mais evidente. Provoquei-os então perguntando se eles não eram de opinião de que deveríamos pensar grande, de ultrapassar os limites da disciplina com aqueles dados. Diante da interrogação evidente em seu silêncio, completei desafiando-os a fazer texto único, de maior consistência e rigor, e inscrevê-lo em algum congresso, como produção coletiva da turma. O nome do CONBRACE foi imediatamente referido por uma aluna, sendo que vários mostraram-se temerosos diante da responsabilidade e da importância do evento. Disse-lhes que, na vida acadêmica, é necessário ousar, e deixei-os pensando no desafio colocado”. (aula n. 14, em 11/03/99)

Resumidamente, as consequências do desafio podem ser referidas: com a previsão de término do semestre, a produção coletiva do texto teria de se dar na forma de um grupo de sistematização e redação. Alguns alunos, por estarem impossibilitados ou não terem interesse em continuar trabalhando com os dados, abriram mão da participação, autorizando o uso do material que haviam ajudado a recolher. Outros assumiram o compromisso, desde que contassem com a orientação do professor (GLP), o que era uma condição de certo modo esperada. Assim, constituiu-se um grupo de oito alunos e, nas semanas seguintes à finalização da disciplina, foi produzido o texto “Figueirense x Avaí: o ‘Clássico do Século’ - estudo sobre mídia e cultura esportiva em Florianópolis” (Barbosa *et al.*, 1999). Inscrito no XI Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, foi aprovado pela Comissão Científica e apresentado pelo grupo no GTT n. 3 (Educação Física/Esporte, Comunicação e Mídia), tendo o texto sido publicado na íntegra nos Anais do evento (anexo 5).

Comentário que ainda cabe quanto ao texto coletivamente produzido diz respeito às categorias de análise destacadas pelo grupo, tendo em vista a frequência da incidência dos temas. Confirmando a predominância da preocupação imagética e mercantilista que envolve o espetáculo esportivo, isto é, a necessidade ditada pelas leis do mercado de que os produtos da Indústria Cultural precisam receber tratamento essencialmente de aspectos externos (forma) para serem melhor acolhidos pelos cidadão/consumidor, duas das categorias identificadas privilegiam tais características. *Marketing do jogo* e *marketing dos clubes* foram, respectivamente, os significados mais frequentemente verificados nas mensagens midiáticas estudadas, cujo grande objetivo era divulgar o jogo e motivar os torcedores dos dois clubes, através do apelo ao “nacionalismo” e à rivalidade, visando garantir a presença do público no estádio, já que o televisionamento “ao vivo” não fora liberado. A lógica mercantil do esporte, mesmo sob o risco de arranhar a ética esportiva, também se distinguiu em outra categoria de análise. Entre discretas e nem tanto, as mensagens aludindo aos benefícios financeiros que adviriam para os dois clubes, no caso da realização do segundo jogo, foram silenciadas após o primeiro, como se fosse algo consensual e, de certo modo, esperado por todos, sugerindo um arranjo do resultado. Finalmente, outra categoria examinada pelo texto coloca em xeque a pretensa neutralidade da mídia, quando demonstra que os critérios adotados para análise, tanto objetiva quanto interpretativa do conteúdo do discurso midiático, evidenciam inequívoco privilégio a um dos clubes (o Avaí), ainda que renuncie a cogitar possíveis razões para tanto.

A própria mídia, entretanto, é hábil em ressignificar estas observações, retirando-lhes o caráter crítico e revestindo-as de ingênua curiosidade, que serve para reforçar ainda mais a função de sedução com a qual conquista e mantém seus consumidores. É o que faz colunista de jornal Diário Catarinense, que dedicou a seção principal de sua página diária de comentários sobre fatos da sociedade florianopolitina e catarinense para referir-se àquele texto, quando de sua apresentação no XI CONBRACE, realizado em Florianópolis (anexo 6). Ao reconstruir o sentido expresso pelo artigo conforme seus próprios interesses – no caso, para destacar, como avaiano assumido, a constatação “científica” da preferência da mídia local pelo Avaí – usa de

ironia e senso de humor para acusar de patrulhamento a iniciativa dos estudantes, visando desviar a mídia das críticas apontadas e desautorizá-los como competentes para tanto.

Finalmente, a avaliação que se pode proceder em relação aos eventos-campo relatados parece demonstrar que o ensino de graduação em Educação Física, considerado um espaço de educação para a mídia esportiva, institui-se como momento privilegiado para que formas didáticas ativas e criativas sejam implementadas, proporcionando o acesso a elementos para a leitura crítica da realidade deste âmbito da cultura contemporânea.

3.2.3. Evidências remetidas pelo campo: a percepção dos alunos

Alguns meses após o encerramento da disciplina, como fora previsto no roteiro metodológico da pesquisa de campo, foram realizadas entrevistas com alunos da turma que haviam-na cursado integralmente. Um extrato da transcrição das respostas referenciadas nas questões-tema do roteiro é apresentado em forma de quadro-síntese (Quadro III). Na sequência, a análise das respostas é desdobrada e ampliada, visando esclarecer mais sobre os diversos aspectos enfocados e identificar o reconhecimento de possibilidades, avanços e limites do estudo empreendido, na perspectiva dos alunos, em reflexões que se fazem baseadas no marco teórico.

Importa ressaltar que, embora decorrente de procedimento científico (análise de conteúdo), ainda assim é considerável o grau de subjetividade implícito a esta sumarização, vez que a sua produção implicou em recorte intencionalmente realizado pelo pesquisador. Além disso, não é possível garantir total distanciamento de possíveis influências exercidas por outras manifestações dos alunos que tenham sido observadas/recolhidas ao longo da disciplina, em que pese o fato das entrevistas terem sido realizadas mais de sessenta dias após o seu encerramento.

Quadro III - Síntese da transcrição das entrevistas com alunos da disciplina

Roteiro de Questões	Sumário das respostas por questão
<p>1. <i>Percepção do atual papel da mídia na formação de opinião e na construção de saberes/fazeres sociais sobre esporte;</i></p>	<p>Concordância unânime e inquestionável quanto a sua crescente importância e reconhecimento de certa sensação de irreversibilidade deste processo; constatação de indiferença da área, por desconhecimento ou impotência; referência de sensibilidade para o problema à percepção ampliada e, agora, fundamentada a respeito.</p>
<p>2. <i>Reconhecimento da necessidade, possibilidades e finalidades de que o tema da mídia esportiva seja instituído na formação acadêmica do profissional de Educação Física;</i></p>	<p><i>Necessidade</i> confirmada em vista da influência da mídia sobre o campo teórico-aplicado da área, gerando ainda um compromisso ético-profissional em seu estudo (tanto que vários sugerem a obrigatoriedade da disciplina); as <i>possibilidades</i> de enfoque do tema foram consideradas amplas; sugeridas ainda outras abordagens, como a influência da mídia nas atividades voltadas ao lazer, à saúde e à estética, nos esportes de aventura ou em contato com a natureza, etc.; como <i>finalidades</i>, sugerem o desenvolvimento de instrumentos conceituais e técnicos para a análise permanente da realidade (base para educação continuada do professor).</p>
<p>3. <i>Utilização da forma disciplinar para a inserção curricular da temática: opinião sobre possibilidades, limites, alternativas, interações;</i></p>	<p>A forma disciplinar tem o caráter de abordagem intensiva sobre o tema, sendo indispensável, porque ajuda a desenvolver instrumentos para leitura/interpretação da realidade; é desejável que esta base teórico-prática seja estendida a todos os alunos, por isso a sugestão de torná-la disciplina obrigatória; considerada insuficiente para atender a abrangência temática e a complexidade da área, por isso deve ser associada a outras estratégias curriculares interativas.</p>
<p>4. <i>Vivência desenvolvida na disciplina: avaliação dos avanços possibilitados por ela na leitura/interpretação da realidade do esporte mediado e das lacunas que permanecem;</i></p>	<p>Situação que pode ser resumida numa resposta de aluno, parafraseando o slogan do programa Observatório da Imprensa: "nunca mais se verá a mídia esportiva com os mesmos olhos"; aprovada a coerência entre a gravidade do cenário observado e a expectativa gerada na alternativa de enfrentamento; conteúdos teóricos considerados complexos mas "vivos" com significado e importância explícitos; críticas quanto às limitações de tempo que impediram o pleno desenvolvimento dos conteúdos.</p>
<p>5. <i>Perspectivas de tematização e inclusão da questão esporte/mídia nas futuras intervenções profissionais.</i></p>	<p>Reconhecem as possibilidades de inclusão do tema nas intervenções na escola e em outras instâncias profissionais mas admitem dificuldades em projetá-las em suas próprias práticas; atribuem esta limitação à falta de domínio sobre técnicas de ensino que não sejam as de modalidades esportivas (crítica geral ao currículo); sugerem ser mais adequado pensar a questão da mídia esportiva como tema complementar aos demais conteúdos no ensino básico, mas não como objetivo específico.</p>

Como se pode ver no quadro III, há um sequenciamento lógico no roteiro das questões, que pretende orientar as reflexões dos entrevistados, desde a percepção da influência da mídia na produção da cultura esportiva até a natureza de suas próprias intervenções profissionais futuras. Obviamente, nem sempre as respostas satisfaziam, de imediato, às necessidades de esclarecimento e aprofundamento que eram esperadas na pesquisa, o que exigia novos questionamentos, mais detalhados ou ainda utilizando o recurso de exemplos ou comparações. Esses desdobramentos das questões, todavia, não alteravam a seqüência programada pelo roteiro. Assim, a análise sobre o conteúdo das entrevistas, a seguir procedida, observa a mesma dinâmica já adotada nos tópicos anteriores, abordando o conjunto de respostas obtidas, nucleadas por cada questão. Também a exemplo do que foi antes procedido, em muitos momentos os próprios entrevistados “falarão”, através da transcrição literal de recortes de seus depoimentos.

Na **primeira questão**, a presença da mídia na produção da cultura esportiva e nas transformações que vêm ocorrendo no sistema esportivo é logo destacada, buscando conhecer a percepção dos entrevistados quanto ao papel por eles atribuído aos meios de comunicação, na conformação dos objetos de estudo de sua formação acadêmica. A direção das respostas foi no sentido de concordância absoluta, salientada a crescente importância de conjunto de interesses comuns sobre o negócio do esporte, que é viabilizado através das possibilidades de sua consumação via mídia. Deste modo, ela foi considerada como uma das principais parceiras de grupos de investimento que vêm descobrindo o esporte como veículo e como produto de consumo globalizado.

A partir desta demonstração unânime de reconhecimento da importância da mídia sobre o esporte, as respostas se completaram com reflexões bastante interessantes. Um ponto de vista recorrente nas análises dos alunos foi quanto às relações desta influência com as práticas esportivas da população, sendo possível observar posições nem sempre coincidentes. Se há concordância quanto ao fato de que a presença massiva de dada modalidade nas programações de televisão é determinante para que ela se torne popular e passe a ser consumida como um produto culturalmente identificado com aquela sociedade, não existe,

porém, igual opinião quanto à sua capacidade de incentivar a população para a prática desta ou mesmo de outra atividade físico-esportiva. Assim, parece consensual que a mídia contribui para a produção de conhecimento sobre cultura esportiva, na medida em que, além de apresentar os espetáculos esportivos, oferece também informações sobre o sistema esportivo, embora isso não se reflita necessariamente sobre os fazeres, isto é, as práticas esportivas da população. Segundo grande parte dos entrevistados, o consumo de esportes através da assistência tecnologicamente mediada concorre diretamente com as iniciativas de prática voluntária de atividades físicas, pela conquista e ocupação do tempo livre do cidadão, transformado em tempo produtivo pelas possibilidades de consumo simbólico que representa. Afinal, como afirmaram Adorno e Horkheimer, ao trabalho *"só se pode escapar adaptando-se a ele durante o ócio"* (1985, p. 128). Foi sugerido ainda que, diante da impossibilidade de executar atividades esportivas com o nível de exigência que vê no seus ídolo, o cidadão comum sente-se desestimulado e abandona a prática. Uma frase registrada nas entrevistas parece sintetizar toda essa situação: *"a mídia influencia nos saberes, nas práticas e, principalmente, nas não-práticas de esporte"*.

Outro aspecto sobre o qual não há total concordância é se a referida influência da mídia no esporte constitui-se propriamente em um fato negativo. Enquanto algumas respostas direcionaram-se pela necessidade de crítica radical a este processo, outras posições mostraram-se mais relativizantes, por entenderem que isto pode ser bom, ainda que esteja havendo, de fato, demasiada interferência na formação da opinião pública, e que a mídia estaria extrapolando as funções de informação que lhe são reservadas. Percebe-se certa ingenuidade em tais argumentos, a exemplo do que já se havia verificado quando da construção do perfil da turma sobre o tema. Nestes casos, parece estar havendo a constatação tão somente de desvios da conduta idealizada pela sociedade para a mídia, deixando de percebê-la contextualizadamente, como uma das principais indústrias do capitalismo neoliberal, importante não apenas para a reprodução ampliada do capital como, de resto, para a manutenção do próprio modo de produção monopolista. Outras opiniões, também marcadas por certa ingenuidade, concentraram-se pontualmente nos benefícios da presença do esporte na mídia, destacando as possibilidades de ampliação dos mercados de trabalho para profissionais da

área, o intercâmbio cultural proporcionado pelo acesso a costumes de diferentes países e regiões ou ainda pelas possibilidades de atualização em regras, sistemas táticos e outras informações sobre esporte. Mais uma vez parece inequívoca a observação de Adorno e Horkheimer de que, à Indústria Cultural, *“só se pode sobreviver integrando-se a ela”* (1985, p.123).

Finalmente, é possível destacar entendimento subliminarmente referido quanto à percepção de irreversibilidade que o processo de apropriação do esporte pela mídia parece ter atingido, sendo esta sensação de relativa impotência apontada como possível causa da indiferença com que o tema é tratado atualmente na Educação Física, que parece desconhecer que seus conteúdos didáticos são, cada vez mais, determinados por esta associação com a mídia.

Constatada a participação da mídia nos saberes/fazer da cultura esportiva, o **segundo questionamento** da entrevista relacionava tal fato ao campo da Educação Física, mais especificamente, à formação acadêmica na área, visando verificar a opinião dos alunos quanto a necessidades, possibilidades e finalidades de que o estudo sobre mídia esportiva se torne um tema a ser abordado. Novamente aqui foram obtidas respostas unânimes em relação aos dois primeiros aspectos da questão. Mais do que concordar com a necessidade de que o tema seja examinado no âmbito da graduação, por tudo o que já havia sido referido, sua importância está gerando, na visão da maioria dos entrevistados, um novo compromisso ético-profissional, já que, na percepção deles, negar o exame e identificação das influências da mídia sobre os temas de ensino da Educação Física implica injustificável abandono de princípios educacionais emancipatórios. Por isso, segundo alguns, não é possível desconhecer que este *“é um conhecimento necessário ao profissional de Educação Física, ninguém deveria sair daqui [da universidade] ignorando este fato (...); até porque tem gente que entrou aqui por influência dele, vai sair ainda mais influenciado e vai continuar fazendo isso sem saber, na maior inocência”*.

Outro aspecto apontado nas entrevistas é que, dessa construção da opinião pública a respeito do esporte proporcionada pela mídia, se utilizam também os profissionais formadores, isto é, os professores da graduação em Educação Física - provavelmente, a referência era aos professores da UFSC e/ou UDESC - que, muitas vezes, se valem das informações e/ou da motivação por ela proporcionadas para desenvolverem o seu trabalho. Esta situação deixa a desejar, segundo os alunos, porque tal aproveitamento, normalmente, não se direciona para a análise crítica desta interrelação, sendo utilizada apenas como um elemento periférico ao tema central de ensino do professor, como algo a ser incluído mas não necessariamente estudado no processo educacional. O procedimento revelado pode ser considerado mais um exemplo de como a cultura esportiva vem se constituindo numa semiformação, à medida em que, ao utilizar-se da popularização do esporte via mídia, privilegia o componente adaptador da cultura e oblitera sua dimensão crítico-transformadora. O grave é que tal fato ocorre na formação acadêmica de futuros profissionais que, tendencialmente, seguirão esta mesma direção em suas intervenções.

Assim como no que se refere à necessidade, também as possibilidades de estudo da mídia esportiva no âmbito da graduação em Educação Física são unanimemente reconhecidas. A maioria das respostas aponta para o fato de que, na disciplina-campo, foi feito um pequeno recorte de análise da realidade mediatizada, abordando apenas um elemento da cultura de movimento, o esporte. Entendem estes alunos que os mesmos procedimentos didáticos poderiam servir para fazer abordagens ampliadas, envolvendo outras possibilidades como o estudo dos discursos da mídia em relação a atividade física voltada para saúde, ou na imposição de padrões estéticos, ou ainda no que diz respeito à divulgação dos chamados esportes de aventura e em contato com a natureza. Certamente, as particularidades que conformam estes elementos requereriam recurso a novas bases conceituais para explicar, por exemplo, a sensação de risco que envolve algumas destas atividades, talvez como tentativa de resgate da vivência de experiências sensíveis ou como suspensão temporária de uma realidade cada vez mais administrada. De todo modo, as observações dos alunos parecem pertinentes, contribuindo, assim, para que sejam abertas novas perspectivas para desenvolvimento de atividades de educação para a mídia na formação em Educação Física.

As maiores divergências constatadas através das respostas referem-se às finalidades do estudo da mídia esportiva na formação acadêmica. Em sua maior parte, os alunos destacam propósitos identificados com a vertente crítica, que entende devam estes estudos servirem para reforçar as estruturas de esclarecimento dos futuros profissionais, isto é, para que sua formação oriente-se para a capacidade de auto-reflexão crítica e para a construção de autonomia em relação à mídia. Pode-se observar que este entendimento extrapola o próprio campo da Educação Física, sendo sugerido que todos os cursos de formação de professores (licenciaturas) deveriam considerar em seus currículos estudos acadêmicos sobre a influência da mídia sobre a constituição de valores, atitudes e comportamentos das crianças. Segundo entrevistado, *“a mídia pode não ser um conhecimento científico mas a discussão a respeito dela, na univerdade, precisa ser”*.

Para além destes objetivos de natureza mais crítica, também podem ser observadas algumas respostas que consideram como finalidade *“o aproveitamento dos recursos midiáticos como alternativa de informação e conhecimento para a formação acadêmica”* (depoimento). Essa parece ser mais a perspectiva da pedagogia da comunicação, dimensão da teoria educacional que propõe o acesso e o domínio das inúmeras possibilidades informacionais e comunicativas que podem ser oferecidas pelas múltiplas mídias e tecnologias de ensino. Conforme Porto (1998), não há nenhuma incompatibilidade de fundamentos entre a pedagogia da comunicação e a educação para a mídia. Ocorre que, enquanto aquela configura-se como uma tendência educativa que valoriza o diálogo pedagógico entre a escola e os meios técnicos, esta é voltada para a formação do receptor crítico. Vale ainda lembrar o alerta de Demo (1998), de que o privilegiamento dos recursos tecnológicos resulta apenas em mais informação, enquanto que educação (ou comunicação, se se seguir o raciocínio de Adriano Duarte Rodrigues, 1994) é um processo formativo que exige reciprocidade e trocas simbólicas entre as muitas vozes envolvidas.

Neste sentido, parece pertinente afirmar que é consenso entre os entrevistados a necessidade e as possibilidades de estudo da mídia esportiva na formação acadêmica em Educação Física, cujas finalidades deveriam dirigir-se tanto para a produção da capacidade de

crítica em relação ao discurso midiático quanto para a maximização do uso dos meios como ferramentas alternativas e complementares de recolhimento de informações significativas para a formação (inicial e permanente) do profissional da área.

Assim considerando, o roteiro das entrevistas buscava, na **terceira questão**, verificar a adequação da forma curricular experienciada de inserção do tema, além de perspectivar a opinião dos alunos sobre outras maneiras imagináveis de fazê-lo. É importante que se diga que uma das preocupações sempre presentes durante a fase de planejamento/desenvolvimento desta etapa da pesquisa era o risco de estar-se reforçando a fragmentação do saber acadêmico através do seccionamento/encarceramento do conhecimento em forma de (mais uma) disciplina, crítica apontada nos estudos sobre teoria curricular. Em contraposição, além de ser inevitável tal estratégia, em vista das determinações impostas pela conjuntura - pesquisa de campo a integrar tese de doutorado, com prazos e exigências metodológicas delimitadas por esta situação, etc. -, a especificidade dos objetivos/conteúdos/procedimentos também recomendava a oferta sob o formato curricular de disciplina. Tinha-se claro, todavia, que, admitida esta forma, outras estratégias, paralelas e complementares, poderiam ser implementadas para dar continuidade e aprofundamento aos estudos iniciais, ainda que isto não fosse possível neste caso específico, pelos motivos já aludidos.

Tais reflexões, de certo modo, foram percebidas nas entrevistas, cujas respostas mostraram a necessidade de que os estudos sobre mídia esportiva superassem os limites da forma disciplinar. Inicialmente, posições unânimes apontaram para o fato de que, dada a importância atribuída ao tema, sua oferta na grade curricular do curso de graduação deveria passar de optativa a obrigatória. Segundo algumas respostas, o conhecimento proporcionado pela base teórica desenvolvida, aliado ao aprendizado de técnicas de observação e análise da mídia, deveria constituir-se em competência indispensável ao futuro profissional de Educação Física, que lida cotidianamente com saberes/fazeres da cultura de movimento influenciados pela mídia.

Em que pese a solicitação de que as suas reflexões a esta questão se fizessem sobre a idéia-tese e não sobre a experiência vivida, isto nem sempre foi possível. É o caso de quando os alunos, em resposta às limitações sugeridas ao modelo disciplinar, tenham ressaltado, majoritariamente, que os procedimentos didáticos adotados, visando apropriação ativa, criativa e crítica do conhecimento, permitiram que elas fossem minimizadas, principalmente através dos dois eventos-campo que proporcionaram interações com o meio, para além da classe. Igualmente foi lembrada, como mérito da metodologia empregada, a estratégia por eles denominada *sportsnews*, que teria provocado alterações positivas na forma e no conteúdo dos batepapos sobre esporte, salientando que discussões iniciadas na sala de aula continuavam no dia seguinte, na cantina e em outros espaços, inclusive com novos participantes não ligados à disciplina. No mínimo, parece possível recolher destas análises algumas orientações didático-metodológicas para a estruturação de programas de estudos da mídia esportiva, independentemente da forma curricular que venha a ser adotada.

Ainda em relação aos limites que o formato de disciplina pode apresentar, foi observado que a cultura educacional de currículo é ainda disciplinar, o que o torna o caminho mais viável, a curto e médio prazo. Entretanto, o desejável seria que, a ele, fossem agregados outros procedimentos inter e, até mesmo, extradisciplinares. Algumas proposições apontadas nesse sentido vão desde a inclusão de reflexões sobre mídia esportiva em outras disciplinas do currículo, até a criação de fóruns permanentes, ligados diretamente aos núcleos e laboratórios de estudo do Centro de Desportos, com caráter aberto e interinstitucional, que possibilitasse a reunião e a discussão sistemática entre professores, acadêmicos e profissionais envolvidos na questão. Observou-se também proposta que sugere a transformação do estudo da mídia esportiva em tema transversal do ensino acadêmico de Educação Física⁷². Em relação a proposta de abordagem multidisciplinar do tema, diluidamente em várias disciplinas, o argumento principal é de que há nestas áreas determinadas especificidades que tornam mais fácil a análise da mídia no seu interior, sendo referidas as disciplinas com conteúdos relativos a

⁷² Esta sugestão faz alusão aos temas transversais dos novos parâmetros curriculares nacionais para o ensino básico, definidos pelo MEC. Segundo a proposta, os temas transversais seriam temáticas sociais vinculadas ao cotidiano que, por sua importância, devem perpassar o eixo longitudinal em torno do qual se alinham as disciplinas tradicionais.

fundamentos esportivos, recreação e lazer, atividade física/saúde e as ginásticas (laboral, esportivas, de academia, etc.). Um exemplo citado é o caso do futebol, cujo conteúdo programático inicia pelo estudo do seu histórico: *“vê só, a abordagem que a mídia está fazendo hoje do futebol entra no seu próprio histórico, faz parte deste histórico, a história não pode ser tratada apenas como o que já foi, porque ela segue, está viva”*. Por outro lado, destacou-se também nas entrevistas preocupação expressa quanto à capacitação dos docentes responsáveis por elas para o enfoque da questão, pois se trata de um conhecimento novo e abrangente, que requer atualização constante dos professores. Segundo o raciocínio simples mas lógico de um aluno, *“se eles [os docentes] sabem da importância do assunto e têm competência para tratar dele, por que é que ninguém faz isso aqui?”*.

Outro aspecto que merece ser destacado é de que todas estas observações referidas alertam, entretanto, para a complexidade do tema, tornando indispensável a existência de instância disciplinar articuladora, que oportunize o acesso a ferramentas técnicas e fundamentadoras para qualificar a leitura/análise da realidade feitas pelos acadêmicos; por isso insistem na necessidade da oferta da disciplina na condição de obrigatória do currículo. Para os alunos, se a mídia consegue trazer informações úteis sobre novidades do esporte, ela não apresenta, entretanto, as causas disso, que estariam ocultas, sendo necessária a leitura mais interna, a ser proporcionada por esta disciplina própria: *“a notícia vem fragmentada e é assim que ela é percebida no curso; se tem uma notícia sobre doping, o professor daquela área pode direcionar sua discussão para fundamentar [-lá]; a questão nova do líbero [mudança na regra do vólibol], o professor pode explicar a sua função, etc. Mas tem que ter alguém que consiga mediar as coisas mais profundas, que não estão à mostra e que ocasionam estas coisas”*.

Deste modo, parece confirmada a hipótese de que, apesar dos riscos referidos, a forma disciplinar constitui-se na mais indicada porta de entrada do currículo acadêmico para o acesso dos profissionais de Educação Física ao estudo da mídia esportiva, sendo desejável que, complementarmente, outras estratégias com iguais propósitos sejam associadas.

Mesmo admitindo-se, por princípio, a necessidade de relativização do conteúdo das respostas, em vista dos vínculos afetivos estabelecidos, uma avaliação da disciplina desenvolvida foi solicitada na **quarta questão** das entrevistas, objetivando identificar avanços percebidos e lacunas constatadas no seu propósito de fornecer fundamentação para compreensão crítica da realidade e perspectivar intervenções profissionais emancipatórias no campo de atuação da Educação Física.

Grande parte das respostas apresentavam semelhança de argumentos, através dos quais os alunos afirmam já terem interesse despertado para o tema antes da realização da disciplina, ao mesmo tempo em que reconhecem não disporem, até então, de quaisquer elementos conceituais ou técnicos para análise da realidade que constatavam. Isso posto, passam a refletir sobre os avanços que foram capazes de alcançar, o que pode ser considerado por manifestações como a que segue: *“talvez a gente possa até não ter o domínio completo dos conceitos que estudamos, mas acredito que passamos a aplicá-los na prática, sendo mais observadores, assumindo postura mais crítica”*. Essa talvez tenha sido uma das principais características da disciplina, ou seja, mais do que acumular conhecimentos congelados, estáticos, buscou-se destacar sua contribuição para o constante “refinamento do olhar” sobre a mídia. Outro depoimento talvez ajude a explicar melhor a intenção acima descrita: *“apesar da gente já pensar antes no assunto, não conseguia explicar como ocorre esta influência [da mídia sobre o esporte], nem como agir diante disso, e a disciplina ajudou um monte neste sentido”*. Ou ainda este, na mesma direção: *“a disciplina serviu para alertar sobre estas coisas, que antes passavam batido, talvez a gente não desse importância para as possíveis consequências. A disciplina trouxe isso”*.

Outro aspecto ressaltado por vários entrevistados foi quanto à estratégia metodológica adotada, em que pontos de vista e argumentos que sustentassem as opiniões expostas eram sempre requeridos, sendo acolhidos e valorizados na discussão. Neste sentido, a disciplina teria contribuído para que os alunos passassem a fundamentar seus comentários, conforme a afirmação: *“a partir de agora eu sei criticar, opinar, comentar. Agora eu domino uns conceitos, tenho uma certa base e sei encarar um discussão”*. Essa resposta pode ser corroborada por

outro depoimento, no mesmo sentido: *“a gente não tinha esse hábito de refletir, de tentar saber o porque das coisas, nem de participar de discussões. Isso agora passou a ser algo mais próximo, p’ra gente que praticamente saiu do zero”*.

Do ponto de vista da base conceitual que fundamenta este estudo, os dois aspectos referidos - a capacidade de reflexão e de sustentar argumentativamente uma discussão - são muito valorizados porque refletem diretamente o conceito de esclarecimento, que é o seu ponto fulcral, em que se deseja agregar à necessidade da auto-reflexão kantiana a racionalidade comunicativa de Habermas. Isso parece confirmar a adequação das estratégias metodológicas que visaram a apropriação “orgânica” do conceito, objetivando servir de nova referência a partir da qual se dá a leitura e intervenção na realidade. Sem a pretensão de afirmar que tenha acontecido, é possível que, desde a sua aplicação ao tema específico da mídia esportiva, o referencial do esclarecimento possa ter-se tornado presente na assistência aos demais gêneros que compõem a programação dos meios de comunicação, numa legítima educação para a mídia. Isso, entretanto, teria que ser objeto de outras pesquisas e análises que não estavam diretamente no escopo desta, embora fique como apontamento para novas investigações.

Os avanços referidos, todavia, não eliminaram a existência de algumas críticas interessantes dos alunos. A principal delas é que a disciplina teria tido pretensões demasiadas para apenas um semestre letivo; diante da realidade, deveriam ter sido feitas opções, como a escolha entre fundamentar a leitura da realidade ou perspectivar possibilidades de intervenção, ou entre aprofundar o estudo sobre as bases teóricas ou sobre os instrumentos técnicos que permitem analisar o discurso midiático. A falta de tempo hábil para a implementação das práticas de ensino previstas é atribuída à esta abrangência exagerada do programa de ensino. Logicamente que tais argumentos são absolutamente verdadeiros e estão a demonstrar falta de previsão adequada dos tempos pedagógicos para aprofundamento das questões colocadas, indicando equívoco de planejamento, aspecto sobre o qual, aliás, já foi procedida autocrítica em item anterior. Mesmo acolhendo tais críticas, resta salientar que passar da “denúncia ao anúncio” é compromisso político-pedagógico do qual não é possível se afastar. Isso implica afirmar que, diante da gravidade do quadro de análise, compreender criticamente a realidade

sem perspectivar intervenções não emancipa, não transforma; de outro lado, pensar uma intervenção sem a necessária fundamentação é ativismo, que igualmente não oferece possibilidades de mudanças efetivas sobre a realidade. Assim, restaria equacionar o problema do tempo a partir de outros mecanismos curriculares de reflexão e de ação, o que era inviável neste estudo, como já se destacou.

Tempo parece ser mesmo o grande problema a ser resolvido, tendo em vista outras críticas mais pontuais que foram observadas. Entre elas, estão as que consideraram problema na disciplina o fato dela ter-se limitado à análise de apenas um elemento da cultura de movimento, o esporte, embora reconhecessem ser esta sua feição atual mais visível e importante. Nesse sentido, seria necessário ainda encontrar brechas para inserir o estudo da influência de mídias específicas sobre os demais componentes formadores da área de conhecimento e também sobre as práticas corporais que compõem o cotidiano da cultura de movimento, como são os casos referidos de revistas do tipo Boa Forma.

Finalizando, e inclusive diante do conteúdo das críticas, é possível deduzir que houve concordância tanto quanto aos elementos de análise crítica que revelaram a gravidade do cenário observado, como no que se refere às possibilidades de construção de alternativas emancipatórias de intervenção. Assim, tendo o cuidado necessário de relativizar estas análises em virtude das circunstâncias nas quais foram geradas, parece válido sumarizar as opiniões manifestas pelos alunos através de síntese sugerida por uma entrevistada, parafraseando o slogan do programa Observatório de Imprensa - edição eletrônica semanal na TV Cultura de jornal e *homepage* dedicados à análise dos meios de comunicação: *"nunca mais se verá a mídia esportiva com os mesmos olhos"*.

Reconhecer a importância da disciplina para formação de atitude mais observadora e crítica quanto à mídia esportiva não significou, entretanto, admitir facilidades para pensar intervenções profissionais no campo da Educação Física, nas quais esse tema esteja contemplado. Ao menos, foi isso o que ficou explícito nas respostas à **quinta questão**. Nela, se

desejava saber a opinião dos alunos quanto às perspectivas de tematização e inclusão da questão esporte/mídia no futuro cotidiano de suas práticas profissionais.

A primeira reação de quase todos os entrevistados, diante deste aparente desafio, foi de insegurança ou, até mesmo, de tentativas de tergiversar: *“tem tanta coisa importante quando eu for trabalhar que eu nem pensei ainda...”* (depoimento); *“é possível sim, na escola, mas como não pretendo trabalhar na escola, não sei não...”* (depoimento); *“vai depender muito do momento, do planejamento, de como a gente for levar isso...”* (depoimento). A impressão revelada é de que a questão pareceu ter exercido certa pressão, num sentido de cobrança em relação aos alunos, o que, obviamente, não era a sua intenção.

Passado este impacto, questionamentos complementares levados a efeito na própria entrevista conseguiam reduzir um pouco estas barreiras iniciais, sendo possível obter respostas mais elaboradas, fruto de reflexões amadurecidas, não apenas reativas. Os novos posicionamentos verificados demonstraram, então, que a impossibilidade de implementação da unidade temática das experiências de práticas de ensino com o tema converteu-se em lacuna importante: os entrevistados reconhecem que é possível e desejável que, nas suas intervenções profissionais, eles oportunizem aos seus alunos as mesmas condições de esclarecimento que tiveram a respeito do tema, através da disciplina; todavia, admitem que têm dificuldades em projetá-las em suas próprias práticas pedagógicas. O principal argumento apresentado nesta direção é que os objetivos, interesses e mecanismos didáticos da Educação Física escolar, por exemplo, são distintos daqueles que orientam o ensino de graduação, estando aí a dificuldade em pensarem suas práticas. Para constar, há ainda sugestão já oferecida a item anterior, no sentido de que o tema da mídia esportiva, no ensino básico, deveria constituir-se em algo como um tema transversal da disciplina Educação Física, sem, contudo, figurar como conteúdo programático específico.

Com base nestas observações, ratificou-se a lacuna constatada pela falta da operacionalização das práticas de ensino na disciplina, pois elas conduzem ao entendimento de que os alunos, efetivamente, sentem dificuldades em imaginar suas ações pedagógicas senão

Já o quadro II objetiva demonstrar, através de visão panorâmica por sobre as aulas, como esta pesquisa-ação implementou os dois âmbitos sugeridos pelo procedimento metodológico (Barbier, 1985): o *instituínte* ou da intencionalidade que perpassa as ações propostas e o *instituído*, relacionado à percepção e avaliação que devem ocorrer simultaneamente ao processo de desenvolvimento destas ações. Por âmbito *instituínte*, neste estudo, consideram-se cinco *unidades temáticas* propostas, que configuram o propósito de introduzir reflexão sobre as relações entre Educação Física e mídia esportiva no currículo acadêmico, admitindo-se a hipótese de trabalho de que essa estratégia pode contribuir para a formação crítico-emancipatória dos profissionais da área. O âmbito *instituído* refere-se ao conjunto de atividades desenvolvidas com vistas a tal formação objetivada, em correspondência com as unidades planejadas, cuja avaliação pode ser também conferida no referido quadro II.

Para efeito de melhor visualização e análise do conteúdo do quadro, optou-se por desdobrar os dois âmbitos referidos em três dimensões, ainda que esta divisão tenha apenas o caráter didático. Assim, a dimensão do *pretendido* corresponde mais diretamente ao âmbito *instituínte*, explicitando os objetivos pedagógicos das unidades programadas. Enquanto isso, a dimensão do *realizado* oportuniza transição entre o plano projetado e o implementado, relacionando-se à descrição das ações empreendidas para concretização das intenções pedagógicas destacadas, cuja análise inicial e subjetiva, operada igualmente sob a forma de tópicos, compõe a dimensão do *percebido*.

Quadro II: Mapa das Aulas II - visão panorâmica dos âmbitos instituinte e instituído

Pretendido	Realizado	Percebido
<p>1. Promover a criação de fórum aberto e permanente, para verbalização/reflexão a respeito de observações cotidianas sobre a mídia esportiva.</p>	<p>Criação de instância didática dialógica e de responsabilidade compartilhada entre professor e alunos; procedida no período inicial de cada aula, os temas refletidos atendiam, na maioria das vezes, a demandas sugeridas pelos alunos.</p>	<p>Constituiu-se no motor principal da disciplina, imprimindo dinamismo e participação no restante da aula; como espaço pouco formal, possibilitou variedades dos assuntos abordados, além de provocar atenção diferenciada na assistência à mídia esportiva e a multiplicação das observações.</p>
<p>2. Oportunizar acesso a bases conceituais que possibilitem “armar o olhar” com vistas à compreensão crítica da realidade das relações entre esporte e mídia, desde o ponto de vista da Educação Física.</p>	<p>Implementação de diferentes estratégias de ensino, com o apoio de vários recursos didáticos, para leitura/apreensão dos seguintes conceitos: i) Indústria Cultural; ii) globalização da economia / mundialização da cultura; iii) mercadorização e espetacularização do esporte.</p>	<p>Intenção pedagógica implementada com certas dificuldades e alcance limitado por fatores como: i) Carência de base filosófica e sociológica, ii) ausência de hábitos de leitura/reflexão (concentração, debate argumentativo), iii) tendência a dicotomizar e a rotular a realidade observada e iv) ansiedade de pensar o problema sempre na perspectiva da ação imediata (ativismo).</p>
<p>3. Fundamentar um modelo teórico-metodológico que auxilie a apontar caminhos para intervenção dos profissionais da área na qualificação da recepção à mídia esportiva.</p>	<p>Apresentação e discussão de conceitos que permitem construir questionamento fundamentado e sistemático sobre a mídia esportiva, na perspectiva do esclarecimento, das mediações culturais e da educação para a mídia, a partir da Educação Física;</p>	<p>Compreensão da necessidade e das possibilidades teóricas e práticas para desenvolver estratégias de esclarecimento e qualificação da recepção à mídia esportiva (e em geral); entusiasmo com a expansão do universo de ação; dificuldades em articular o plano macroestrutural (da área da Educação Física) com o micro, isto é, suas próprias intervenções no campo profissional;</p>
<p>4. Proporcionar apropriação ativa, criativa e crítica das ferramentas de leitura e da própria realidade investigada.</p>	<p>Preparação e realização de dois eventos didáticos: i) mesa-redonda com jornalistas esportivos e ii) pesquisa sobre cobertura da mídia a um fato esportivo local.</p>	<p>Alunos demonstraram engajamento, competência e responsabilidade na organização/realização dos eventos; igualmente, foram capazes de produzir boas sínteses superadoras das práticas experienciadas (apresentadas e discutidas em subitem próprio).</p>
<p>5. Planejar e implementar situações de práticas de ensino sobre o tema, a fim de recolher subsídios para reflexão.</p>	<p>Não realizado.</p>	<p>Proposta inviabilizada por causa de múltiplos fatores. Remete-se para tópico a seguir a reflexão mais ampla sobre este aspecto do Campo.</p>

3.2.2.1. As Unidades Temáticas

A partir do que se encontra demonstrado no quadro II, apresenta-se agora descrição mais detalhada e procede-se reflexão a respeito dos fatos consignados no diário de campo, relativamente a cada uma das unidades temáticas delineadas, com o propósito de expressar possível interpretação dos significados construídos, na expectativa de identificar acertos e limitações ao trabalho, na perspectiva do pesquisador. Para isso, recorre-se aos fundamentos conceituais que foram destacados como teoria de base para o estudo. Em alguns momentos, transcrevem-se as próprias anotações do diário de campo, uma vez que sua produção conserva, em boa medida, a contemporaneidade com os eventos registrados.

A primeira unidade temática decorre da observação de aspecto da própria cultura esportiva brasileira: o hábito de comentar, opinar e emitir prognósticos sobre o esporte no âmbito das relações sociais informais. Exatamente por atender a esta característica de informalidade, os discursos pronunciados nestas ocasiões não têm maiores compromissos com argumentações lógicas, sendo movidos, na maioria da vezes, por valores relativos a preferências pessoais, paixões clubísticas ou outras categorias sociológicas, como o nacionalismo. Todavia, a existência consolidada deste espaço/tempo destinado a tais elaborações no cotidiano cultural configura-se como importante estratégia apropriada pela mídia, na construção da cultura esportiva, através da categoria da *falação esportiva*⁶², como lembra Umberto Eco (1984). Entre outros objetivos, ela serve para preparar o ambiente para o consumo do espetáculo esportivo, nos dias que o antecedem e, por outra, para prolongá-lo, por meio de debates, reprises e notícias diárias, através das quais ele é repercutido na mídia. Entretanto, mais do que simplesmente atender ao interesse comercial de consolidar o consumidor e lucrar com as muitas “vendas” do mesmo produto, a falação esportiva opera também subjetivamente, na construção de sentidos do discurso sobre a cultura esportiva, na medida em que, aliando recursos técnicos de reprodução e depoimentos

⁶² Segundo Eco (1984), a falação esportiva é a paródia que substitui o discurso político entre os cidadãos, desempenhando um papel de falsa consciência. Se o jogo transformado em espetáculo de competição, isto é, “o jogo jogado por outros e assistido por mim” (p.222), transformou-se em esporte ao quadrado, a imprensa o eleva ao cubo, ao tentar substituí-lo pelo discurso que ela própria faz sobre esporte, para consumo do cidadão.

pela cópia daquelas a que têm acesso no ensino de graduação. As diferenças entre este e aquilo que configura o cotidiano da disciplina Educação Física nos níveis fundamental e médio são notórias e, certamente, adequações importantes precisam ser consideradas para que a temática possa ser levada para o campo escolar. Assim, experiências de transformação didático-metodológica do tema deveriam ser procedidas, a fim de servirem de referência para a projeção das intervenções profissionais futuras, o que era pretendido através da referida unidade de práticas de ensino não realizada. Informados destas observações por parte do pesquisador, estes alunos não apenas concordaram como ainda acrescentaram outro ingrediente de crítica ao currículo: atribuem esta limitação à falta de domínio de metodologias e técnicas de ensino que não sejam as de modalidades esportivas, única referência construída, pela repetição, ao longo do desenvolvimento curricular.

Outros alunos, no entanto, desde o primeiro questionamento, foram favoráveis à inclusão do tema mídia esportiva em suas práticas pedagógicas, dando exemplos estimuladores conforme manifestações reproduzidas a seguir:

- *“se eu conseguir fazer os alunos verem um jogo de futebol como eu aprendi a ver, a visão deles também vai mudar; e aí, o jeito é fazer ver mesmo, é sentar junto com eles, assistir ao vivo ou em vídeo, comentar, propor discussão, isso aí”;*
- *“na academia, se o cara reclamar que faz ginástica há três meses e não consegue tirar a barriga, eu posso dar uma informação técnica ou posso explorar com ele de que forma ele se informou que deve perder aquela gordurinha; se ele realmente quer e precisa ou se é o padrão estético que a mídia veicula e reforça que, por comparação, mostra que ele ainda não chegou onde deve”;*
- *“tem estas revistas tipo Boa Forma e outras que constróem e veiculam informações sobre corpo, dieta, ginástica, que poderiam ser transformadas em material didático para o professor de Educação Física”;*
- *“numa revista Capricho tinha uma matéria sobre dez perguntas para saber se o seu professor de Educação Física é competente; as primeiras, tudo bem, mas a última era se ele promovia torcida organizada para os jogos escolares! Não dá para passar batido por isso!”.*

Nesta questão, igualmente se observaram respostas que transitam mais no âmbito do domínio e emprego das novas tecnologias informacionais como ferramentas de acesso ao conhecimento e apoio ao ensino da Educação Física escolar, como uso do recurso de filmagens em vídeo para aperfeiçoamento das atividades práticas, como na dança e na natação – que já havia sido relatado como estratégia utilizada pelo professor destas disciplinas, o que reforça a tese reprodutivista antes referida -, bem como sugestões de pesquisas sobre esportes exóticos através da Internet ou o seu uso para trocas de correspondência com alunos e esportistas de outros lugares do mundo, a fim de compartilhar informações, experiências e impressões.

Também se registram observações indicativas de que a temática tivesse continuidade através de outros desdobramentos, sendo que a proposta – não realizada - de experiências com práticas de ensino poderia se constituir, segundo os alunos, em projeto de pesquisa ou extensão, após a disciplina, a fim de garantir o envolvimento acadêmico e oportunizar tais vivências para testar suas possibilidades junto aos estudantes do ensino básico. Nesta direção, os seus proponentes “garantiam” a participação, caso isso viesse a acontecer, baseados no fato de que mais da metade da turma, encerrado o semestre, havia continuado a se reunir com o professor para a organização do texto apresentado no XI CONBRACE. Infelizmente, mais uma vez, sugestões como estas não puderam ser atendidas, face a situação peculiar de que se revestiu a disciplina-campo.

Finalizando esta descrição analítica, parece não ser demasiado arriscado afirmar que as opiniões expressas demonstram autêntico entusiasmo com os avanços e possibilidades apontadas pela proposta teórico-metodológica da disciplina, em que pese a necessidade, como já se afirmou anteriormente, de que tais manifestações sejam relativizadas pela característica incomum de seu desenvolvimento. No mesmo sentido, há que se referir ao registro da constatação de determinados limites, se não da base conceitual proporcionada, pelo menos em relação a aspectos da estrutura metodológica adotada e seu desenvolvimento.

3.2.4. Expressões de referência como sínteses das manifestações do campo

Leitura transversal sobre os documentos produzidos na pesquisa-ação (sondagem, diário de campo, entrevistas, mesa-redonda, pesquisa/texto publicado), em que pese eles já terem sido objeto de análises específicas nos tópicos imediatamente anteriores, possibilita novo olhar, integrador, sobre o conjunto de registros e observações, visando interpretar avanços, possibilidades e limites evidenciados pelo trabalho de campo.

Conforme é preconizado pelo conjunto de procedimentos da análise de conteúdo (Bardin, s/d), nesta etapa de descrição/interpretação são identificadas as *unidades de codificação* e *de contexto*, que permitem a análise categorial. Neste sentido, dupla é a tarefa requerida ao pesquisador: por um lado, é necessário compreender o *“sentido mais direto das comunicações, como um receptor normal”*; por outro, deve-se *“tentar desviar o olhar para uma outra significação, uma outra mensagem entrevista através ou ao lado da mensagem primeira”* (p.41), que possa revelar sentidos que se encontram em segundo plano. Esse processo é realizado pelo transitar entre as referidas unidades de codificação e de contexto. As primeiras correspondem à leitura direta de elementos linguísticos que emergem do campo da pesquisa, aqui denominados como “expressões de referência”, e que assumem a condição de sintetizadoras de comunicações, diálogos, produções, atitudes e ações percebidas/recolhidas como significativas no desenvolvimento do trabalho. As unidades de contexto, por sua vez, são consideradas descrições mais amplas (o olhar desviado), que se relacionam com aquelas, possibilitando compreender o sentido próprio dos itens destacados como unidades de codificação no interior da estrutura de significação em que se encontram inseridas.

O quadro a seguir (quadro IV) apresenta estas expressões de referência, distribuídas em duas colunas interrelacionadas, compostas pelas unidades de codificação e pela descrição sucinta das unidades de contexto. Na sequência, ocorre o momento interpretativo, em que, através da análise de cada uma das expressões de referência, se busca identificar os avanços obtidos, as possibilidades e os limites que se projetam do estudo.

Quadro IV : Expressões de referência emergidas do Campo

Unidades de codificação	Descrição das unidades contextuais
1. <i>"Batepapo"</i>	<p>Categoria que se revelou/consolidou no âmbito de estratégia específica de ensino adotada, demonstra o interesse em socializar informações e formular opiniões sobre matérias da mídia esportiva. Possibilita atualização mútua e exame/aprovação de "teses". Na formação acadêmica, contribui como instância argumentativa, favorável ao desenvolvimento da competência comunicativa.</p>
2. <i>"Vendo com outros olhos"</i>	<p>O reconhecimento de outros interesses na mídia esportiva, para além do de informar, faz com que a atenção dirigida aos meios tome outro sentido, visando identificá-los. O processo de desenvolvimento deste "modo-de-ver" provoca sentimentos contraditórios. Sensibilizados para o problema, tornam-se interessados e observadores agudos;</p>
3. <i>"Tematizar a realidade"</i>	<p>A fase denunciatória inicial dá lugar a atitude fértil para tematização crítica da realidade. A identificação das articulações configuradas em detalhes técnicos e estratégias mais sutis revela a necessidade de buscar recurso teórico que explique os caminhos e a eficácia do processo. Há risco de satisfação com teorias superficialmente adotadas;</p>
4. <i>"Receptor-sujeito"</i>	<p>Autodescoberta como receptor-sujeito, capaz de atribuir sentidos particulares à mensagem da mídia esportiva, provoca reconhecimento de se tratar de ótima brecha para intervenção emancipatória. Fortalecer as estruturas culturais de mediação dos receptores/alunos passa a ser admitido como compromisso ético-profissional.</p>
5. <i>"Esclarecimento como processo"</i>	<p>O esclarecimento, isto é, a busca pelo entendimento racional sobre as "coisas-do-mundo" é reconhecido como um processo dialógico permanente, que se configura, no caso da mídia, como etapa de refinamento da informação consumida, constituindo-se em âmbito formativo da educação continuada. Por outro lado, são admitidas dificuldades para romper com o quadro de acomodação aos "tutores intelectuais".</p>
6. <i>"Mãos à obra"</i>	<p>Associadamente ao impulso gerado na direção do esclarecimento e do reconhecimento das condições objetivas que conformam a realidade vivida, é atribuído grande valor à prática, isto é, à intervenção direta e pontual sobre esta realidade. Os procedimentos de apropriação ativa e crítica experimentados (mesa-redonda e pesquisa empírica) foram ao encontro destes interesses e, por isso, constituíram-se em momentos privilegiados de formação crítico-emancipada.</p>

A unidade de codificação “**batepapo**”, primeira a ser destacada, reflete a relevância assumida pela estratégia didática definida no desenvolvimento da disciplina-campo. Aproveitando a existência de traço característico da cultura esportiva do povo brasileiro, que é o hábito de comentar notícias e fatos referentes ao futebol, seja local, estadual ou nacional, resolveu-se introduzir o procedimento já referido anteriormente, denominado pelos alunos de “sportsnews”. Sua adoção segue o que é feito, de certo modo, pela própria mídia, isto é, a utilização como espaço/tempo para manutenção do interesse difuso e continuado da população (teleconsumidores) pelo produto esporte, criando laços estreitos de identidade e fixação de audiência.

O interesse da pesquisa na valorização deste aspecto da cultura popular expressava-se, todavia, em outro sentido, qual seja, o de instituí-lo como campo apropriado para manifestação de opiniões minimamente fundamentadas, representando ainda uma possibilidade de mútua atualização, pela circulação de informações decorrentes dos mais variados veículos.

Quanto ao possível vínculo deste procedimento com o marco conceitual adotado, a fim de justificá-lo teoricamente, ressalta-se a importância da utilização do *medium* da linguagem para a construção dialógica de consensos. Pode-se destacar aqui a inspiração habermasiana, que valoriza os discursos, isto é, a capacidade de argumentar e contra-argumentar, de falar (e ser compreendido) e de escutar (e produzir compreensões), enfim, de considerar a veracidade do discurso do outro, a partir da intenção de verdade com que reveste o seu próprio. Estas são ações comunicativas que servem à constituição de entendimentos entre sujeitos livres de coerções, a respeito de objetos do mundo. Em outras palavras, essa manifestação da razão comunicativa relaciona-se ao conceito do esclarecimento na medida em que o desenvolvimento de tais habilidades permite que o discurso midiático (um objeto do mundo) sobre esporte possa ser ressignificado, através do diálogo empreendido entre sujeitos capazes de produzir novos e emancipados entendimentos, diferentemente do sentido unilateralmente pretendido, implícito na mensagem da mídia.

Desta forma, como contribuição à sua formação acadêmica, os alunos da disciplina-campo, para além de trazerem notícias ou fatos veiculados pela mídia esportiva para a reflexão coletivamente promovida em aula, eram instados a expressarem, argumentativamente, sua opinião a respeito do que relatavam, dando início ao processo dialógico de construção de compreensões superadoras em relação ao senso comum, assim como de desenvolvimento da competência comunicativa.

A adequação do procedimento incentivador do “batepapo”, que pode ser confirmado pelo envolvimento e pela motivação com que os alunos traziam e compartilhavam informações sobre fatos da cultura esportiva, permite sugerir que o mesmo pode ser implementado no âmbito das intervenções pedagógicas do professor de Educação Física no campo profissional. Deve-se, contudo, ter o cuidado de introduzir um mínimo de organização e sistematização nas reflexões, a fim de evitar que haja dispersão na atenção e nos propósitos norteadores da estratégia. Outra limitação a ser evitada é quanto à preservação de iguais possibilidades de participação a todos os alunos, a fim de garantir-lhes acesso/permanência no diálogo que se deseja produzir, em busca de consensos válidos/validados pela via da linguagem.

Conectada ao “batepapo”, uma segunda expressão de referência emergida do campo pode ser expressada pela unidade codificada “**vendo com outros olhos**”. Contextualmente, ela se refere às diferenças da forma como, de posse de determinadas compreensões preliminares, as mensagens do discurso midiático sobre cultura esportiva passam a ser percebidas e significadas pelos alunos.

A partir do reconhecimento do amplo leque de interesses que configuram a apropriação do fenômeno esporte pela mídia, para além dos singelicamente supostos (informar e fornecer entretenimento para consumo no tempo disponível), constata-se mudança qualitativa na maneira de os acadêmicos relacionarem-se com os veículos de comunicação de massa. Sem dados que permitam afirmar aqui a ocorrência de alterações quantitativas referentes a tempo dedicado à mídia, percebe-se, entretanto, que cresce a atenção dispensada à assistência de programas esportivos em geral. Isso pode ser constatado a partir da riqueza de detalhes com que são

relatados e de referências a associações que começam a ser percebidas entre fatos aparentemente desconexos, envolvendo o campo esportivo e o “negócio do esporte”, mediados pela indústria da comunicação de massa. À medida em que se sentem sensibilizados para o problema, os alunos evidenciam atitudes que os classificam como observadores atentos, interessados na leitura das “entrelinhas” do discurso midiático.

Aparentemente, estas primeiras descobertas funcionam como o rompimento de um dique que, até então, represava a percepção da dimensão subliminar das mensagens sobre o tema, impedindo a filtragem do seu conteúdo. Com o desenvolvimento deste novo “modo-de-olhar”, desencadeia-se processo que se poderia denominar pré-crítico, denunciatório, que atribui intenções conspiratórias e interesses escusos a todos os procedimentos da mídia esportiva. As informações veiculadas e a utilização do esporte como entretenimento ou como motivação para peças publicitárias são logo identificadas como integrantes do projeto capitalista-monopolista, cuja objetivo precípua é a consolidação da cultura de consumo, assumindo, para tanto, papéis e sentidos pouco diferenciados entre si na constituição do discurso midiático sobre esporte, tal como são os produtos de Indústria Cultural, conforme Adorno e Horkheimer.

Sentimentos contraditórios entre os acadêmicos podem ser, então, identificados. Se, por um lado, é demonstrada grande euforia pelo reconhecimento da capacidade de verem além das aparências, por outro, percebe-se certa sensação de impotência, diante da constatação das dimensões da influência da mídia no esporte. Dito de outro modo: na mesma proporção em que se sentem satisfeitos por aprenderem a identificar estas influências, demonstram angústia por se acharem incapazes de fazer-lhes frente.

Tanto a tendência ao denunciamento pouco crítico quanto o sentimento de impotência experimentado pelos alunos nesta etapa podem vir a se constituir em limitações ao processo de esclarecimento e de construção coletiva de autonomia, porque levam a provável imobilismo, comum aos dois procedimentos: i) satisfação pela simples denúncia, que não transcende nem possibilita a superação do senso comum, e ii) fragilização para o enfrentamento, que não transforma e nem permite vislumbrar possibilidades de fortalecimento para tanto. Outra limitação a

ser contornada, contrariamente ao imobilismo referido, é a predisposição, talvez própria da faixa etária, na direção de certo ativismo, isto é, um agir inconsequente, porque carente de qualquer reflexão que o possa fundamentar teoricamente.

De outra feita, analisando a realidade que se consubstancia na expressão de referência “vendo com outros olhos” - na perspectiva do exame das possibilidades de avanço que representa para percepção crítica da mediação exercida pelos meios de comunicação de massa - , pode-se sugerir que este é um momento de grande importância para a continuidade do processo de esclarecimento do acadêmico de Educação Física sobre o discurso da mídia esportiva. O desenvolvimento inicial desta capacidade de compreensão diferenciada implica necessidade experimentada de “falar-sobre”, ou seja, comunicar-se com seus pares, expressando esta nova condição e revelando detalhes recém-percebidos, o que se descortina também como ótima oportunidade de aquisição/construção da competência comunicativa, no conjunto das condições que a prespõem: habilidades de argumentação e compreensão, formulação e testagem de “teses”, abertura ao diálogo e tentativa de formulação de consensos.

Se pedagogicamente trabalhada, objetivando manter o interesse demonstrado, fortalecer o ímpeto para mudanças e, ao mesmo tempo, redirecionar o denunciamento e o ativismo manifestos, esta etapa de pré-criticidade pode propiciar o surgimento de um novo momento, bastante fértil, caracterizado por atitude de busca/descoberta de maior sistematização na leitura da realidade do esporte tecnologicamente mediado, aqui representado pela expressão de referência **“tematizar a realidade”**.

Como já foi relatado em capítulo anterior, o sentido atribuído ao termo *tematização* refere-se ao processo de ressignificação, na perspectiva pedagógica, de aspectos da cultura cotidiana com interface junto ao campo acadêmico e aplicado da Educação Física. Para isso, é necessário que a racionalidade que cria e difunde os fenômenos analisados seja desconstruída/decomposta em suas unidades constitutivas, incluindo os significados originalmente atribuídos, os interesses hegemônicos, o discurso legitimador, enfim, o contexto sociocultural e político-ideológico onde eles são pensados, produzidos e sustentados.

Condição básica para que este processo possa ser eficazmente levado a efeito é que a abordagem crítica da realidade a ser, assim, implementada se faça de forma sistematizada e radical, isto é, se busque a raiz dos fenômenos, a qual, como ocorre com os vegetais na natureza, tem a função de fixá-los e nutri-los constantemente, a fim de preservá-los na sua integridade e proporcionar-lhes condições de subsistência e reprodução. A esta nova leitura, é imprescindível a construção de estruturas teórico-conceituais que proporcionem balizamentos para orientar a procura e elementos explicativos para os resultados encontrados, cujo objetivo é sempre o de promover novas sínteses, superadoras das visões da realidade baseadas no senso comum.

Desta forma, entende-se que, para os acadêmicos da Educação Física, tematizar a cultura esportiva, quanto ao entendimento crítico da presença determinante da mídia na sua construção/difusão, significa, sobretudo, apropriar-se de conceitos que lhes possibilitem ir ao encontro da realidade objetivada, isto é, a mídia, para tentar compreendê-la em seus aspectos técnico-funcionais, sua motivação político-ideológica e sua ação psicossocial na semiformação cultural sobre esporte. Isso pode representar a concretização de possibilidades de ação autônoma, dialogicamente mediada, na direção da construção do esclarecimento.

A tarefa pedagógica reservada aos docentes atuantes na condução deste processo de construção de estruturas teóricas de mediação da realidade, se orientados por interesses crítico-emancipatórios, deve ser a de proporcionar acesso a bases conceituais julgadas adequadas⁷³ para este propósito. A organização metodológica deste procedimento didático deve visar que esse acesso se dê da maneira mais participativa e dialogada possível, considerando as dificuldades inerentes a teorizações, normalmente áridas a acadêmicos mais caracterizados por sua disponibilidade para ações motoras do que para reflexões de natureza filosófica. Sugere-se, então, o aproveitamento da curiosidade produzida pela sensibilização em relação ao tema e a tentativa de

⁷³ Há aqui, obviamente, um procedimento valorativo que implica em escolhas por parte do professor, o que pode ser considerada uma atitude coercitiva. Todavia, desde Kant, entende-se que a prática pedagógica parte sempre de uma forma inicial de coerção, como oposição às coerções autoimpostas, decorrentes de ações do próprio sistema educacional e, neste caso, da cultura esportiva (cf. Kunz, 1994).

promoção da unidade teoria-prática, utilizando-se de exemplos da realidade como ponto de partida para a análise a ser procedida sob as bases conceituais apontadas.

Possível limitação a ser evitada nesta etapa é a tendência de apropriação destes referenciais teóricos de forma aligeirada e superficial. Em vista das já relatadas dificuldades em aprofundarem-se mais demorada e detalhadamente nos conceitos, há risco de que os acadêmicos venham a se satisfazer com explicações pseudosuficientes para os problemas estudados, forçando a criação de associações não claramente demonstradas ou fazendo ilações características daquilo que, metodologicamente, se costuma denominar de *tentativa de encaixar o problema no modelo teórico*, e não o seu inverso, como é desejável.

Quando os alunos passam a perceberem-se como **receptores-sujeitos** da mensagem midiática - outra expressão de referência muito relevante para o processo do esclarecimento -, novas transformações qualitativas na relação dos acadêmicos com a mídia esportiva podem ser observadas. Para além do que ocorre diante de exemplos externos, muitas vezes pouco significativos à sua realidade (embora públicos e notórios), a experiência formativa de atribuição de sentidos próprios à mídia esportiva, quando dialogicamente refletida, oportuniza outras possibilidades para compreensão do fenômeno do esporte mediatizado. A descoberta da capacidade individual de recepção crítica ao conteúdo originalmente pretendido pelas mensagens dos meios de comunicação, como resultado particular da apropriação dos aportes teóricos que proporcionam a construção de novas bases conceituais de análise, exerce papel legitimador e, ao mesmo tempo, multiplicador das possibilidades de esclarecimento e autonomia frente ao discurso dos veículos de comunicação de massa.

Da experiência particularmente vivenciada, já em si muito rica e afirmativa para o processo de superação da pretensa unidirecionalidade de sentidos da comunicação mediatizada, abre-se aos acadêmicos um novo e amplo espaço, passível à intervenção do profissional da área, na medida em que são vislumbradas possibilidades de agir crítico-emancipatório no interior da Educação Física, na perspectiva do fortalecimento das estruturas culturais que fazem a mediação do discurso midiático sobre esporte.

Deste modo, nova tarefa desvela-se para os acadêmicos de Educação Física: a partir da compreensão de que a atribuição de sentidos próprios às mensagens da mídia, por parte dos cidadãos sob sua responsabilidade pedagógica, é uma possibilidade concreta pessoalmente constatada; ainda mais: de que maior qualidade nesta condição depende da sua atuação, isto é, que seus alunos podem desenvolver atitudes mais seletivas e autônomas ao relacionarem-se com a mídia esportiva conforme sejam os processos de mediação inseridos em sua intervenção profissional, um novo modo de encarar o problema é assumido por eles. Assim, começam a perceber seus futuros alunos também como sujeitos-receptores, ou seja, cidadãos com iguais direitos de emanciparem-se em relação a interesses subliminares, identificados subjacentemente ao discurso midiático sobre esporte. E, para tanto, admitem ser necessário que, nas diferentes oportunidades em que estes se encontrem sob a atenção pedagógica de um profissional da área, o tema da mídia esportiva constitua-se em elemento didático da intervenção emancipatória da Educação Física, sendo-lhes asseguradas condições mínimas para tornarem-se efetivamente críticos a este respeito.

Diante disso, os acadêmicos passam a entender que o fortalecimento das estruturas culturais que podem levar ao esclarecimento, visando uma relação mais autônoma dos seus alunos com a mídia esportiva, constitui-se em novo e inadiável compromisso pedagógico e ético-profissional do professor de Educação Física. A dimensão da ética é referida porque não mais lhes parece possível conceber que, diante do reconhecimento das influências diretas exercidas pela mídia sobre cultura esportiva e, por consequência, sobre a qualidade do exercício da própria cidadania, o profissional da área silencie ou, ainda pior, contribua com sua intervenção pedagógica para a ampliação da relação de dependência e consumo acrítico dos produtos oferecidos pela mídia esportiva.

Como se viu no encerramento do capítulo 2, no qual se procede tentativa de articulação entre os conceitos ali trabalhados, a formação do receptor-sujeito através dos processos de mediação cultural parece apresentar significativas aproximações teóricas com a perspectiva do esclarecimento. Assim, imbricadamente a expressão de referência anteriormente tratada, pode-se relacionar a unidade de codificação do **“esclarecimento como processo”**.

O primeiro aspecto do conhecimento a respeito do conceito de esclarecimento, que se pretende seja apropriado pelos acadêmicos, refere-se o fato de que este é um traço característico da humanidade. Dito de outro modo: a busca racional pelo constante aperfeiçoamento das condições de vida na sociedade - sem desconsiderar o seu caráter dialético, conforme alertam Adorno e Horkheimer - constitui-se no principal fator de desenvolvimento do conhecimento sobre o homem e a natureza, e do progresso alcançado neste percurso histórico. Desde a célebre definição kantiana sobre o que é o esclarecimento, ele é percebido como categoria dinâmica, mais do que um ser, um vir-a-ser, como admite Adorno (1995). Complementarmente, recolhe-se de Habermas a observação de que a nova racionalidade por ele anunciada implica um outro procedimento na produção do esclarecimento, que passa a ser mais do que a autoreflexão para instituir-se também como resultante de ação intersubjetiva. O esclarecimento é, assim, compreendido como um processo dialógico permanente, sempre inconcluso, de produção de entendimentos mútuos e de consensos provisórios entre sujeitos, a respeito de "coisas do mundo".

No que se refere à mídia em geral (e a esportiva, de modo especial), o desenvolvimento processual do esclarecimento é configurado como etapa cumulativa de aprendizagem de estruturas que permitem o refinamento da informação consumida. Com isso, quer-se registrar que a racionalidade produzida a partir da reflexão e do diálogo sobre a mídia pode possibilitar a adoção de atitudes cada vez mais esclarecidas e autônomas em relação aos significados originalmente expressos pelo discurso midiático, como consequência de sentidos particular e coletivamente atribuídos através do *medium* da linguagem e da ação de filtragem das informações, realizada por ação das estruturas de mediação que, nesse processo dialógico, se fortalecem e se constroem mutuamente.

O reconhecimento da característica de provisoriedade do esclarecimento, no que se refere a uma condição em permanente construção pelos acadêmicos da Educação Física, os leva a compreenderem o caráter também processual da sua própria formação profissional. De fato, os saberes/fazer sobre esporte produzidos e modificados por influência da mídia revelam-se um bom exemplo de como a cultura esportiva, da qual são recolhidos os conteúdos didáticos de sua intervenção pedagógica, é dinâmica e cotidianamente reconstruída, tal como eles mesmos

observam no percurso do seu caminho em direção ao esclarecimento. E, por conta disso, como são fugazes e supérfluos aqueles conhecimentos decorrentes somente de experiências sensíveis vividas na formação acadêmica, o que está a lhes apontar tanto para a necessária apropriação de bases teórico-conceituais mais consistentes nesta fase da sua profissionalização quanto para a preocupação com sua própria educação permanente, através de processos de formação continuada.

Neste sentido, a principal contribuição que esforços como os empreendidos neste estudo podem, talvez, oferecer é a compreensão de que os procedimentos a serem adotados pelos acadêmicos, visando suprir esta dupla limitação da formação (não só) em Educação Física – excessiva preocupação com conteúdos ditos práticos e sentido de terminalidade do currículo –, devem ser pautados pelo entendimento do caráter processual, cumulativo e inconcluso da formação profissional, a exemplo do que percebem ocorrer com o próprio processo do esclarecimento. Na mesma direção, estudos como esse podem ainda contribuir para que os procedimentos de educação permanente a serem buscados pelos acadêmicos/profissionais sejam pautados por ações que lhes proporcionem tanto situações crítico-reflexivas quanto dialógico-comunicativas de apropriação e reconstrução do conhecimento⁷⁴.

Há, contudo, uma limitação bastante evidenciada, que se refere ao reconhecimento das dificuldades dos acadêmicos em romperem com o quadro de acomodação aos “tutores intelectuais”, papel exercidos pela mídia esportiva na sociedade contemporânea. De fato, o discurso midiático institui-se muito fortemente no papel destes condutores das visões de mundo, denunciados por Kant, por uma série de razões já relatadas, em que se incluem, entre outras, a sua característica de emocionalidade, os recursos tecnológicos de que dispõe e o critério da

⁷⁴ Um parêntese que precisa ser aberto, embora ultrapasse o escopo deste estudo, é quanto ao uso de tecnologias midiáticas (TV Escola, videoconferência, tutoriais, autoensino informatizado, etc.) como recursos de formação permanente, à distância, de docentes em serviço. Na impossibilidade de tratar mais aprofundadamente deste tema, vale referir total concordância com a posição de Das Neves (1998), que sugere ser “*preciso que os educadores em formação continuada à distância tenham garantido o necessário espaço/tempo pedagógico, para além daquele destinado à recepção dos programas, a fim de que possam proceder a reelaboração do conhecimento eletronicamente disponibilizado, na construção do saber escolar significativo*” (p.48). Esse processo de ressignificação dos saberes acessados por meios multimídias dependerá, então, dos procedimentos de mediação e de esclarecimento dialogicamente produzidos, como se tem afirmado ao longo deste texto.

chamada competência da autoridade de que se vale, exercida por ex-atletas guindados à condição de comentaristas da mídia esportiva. Agir no enfrentamento e superação de tal submissão implica, necessariamente, na desconstrução dos diferentes elementos que conformam o discurso midiático sobre esporte, produzindo uma compreensão progressivamente crítica a este respeito, como condição imprescindível para o processo de esclarecimento.

Estas ações, no sentido mais literal da palavra, são procedimentos muito valorizados e bastante úteis no processo de produção de autonomia e da visão emancipada em relação à mídia esportiva que se deseja construir junto com os acadêmicos em formação, gerando, inclusive, mais uma expressão de referência emergida do campo da pesquisa, que é simbolizada pela unidade de codificação “**mãos à obra**”. Contextualmente, com ela está-se referindo ao impulso à intervenção direta e pontual na realidade em análise, visando compreendê-la melhor para transformá-la, que se percebe associadamente ao desenvolvimento do processo de esclarecimento.

Diferentemente do que se havia alertado na discussão da expressão de referência “vendo com outros olhos”, quando naquele momento a tendência dos acadêmicos à prática imediata era percebida como uma limitação, pelo ainda incipiente acesso a bases conceituais que pudessem proporcionar-lhes a superação das visões de senso comum veiculadas pela mídia, agora a ação é percebida como uma forma ativa de apropriação/reelaboração de conhecimentos que levem a essa condição. Na medida em que etapas sucessivas de progressivo amadurecimento teórico vão sendo vivenciadas pelos estudantes, sintetizadas pelas expressões de referência “tematização da realidade”, “receptor-sujeito” e “esclarecimento como processo”, as experiências formativas decorrentes de ações que exigem deles atitudes mais participativas e cooperativas mostram-se momentos apropriados e de grande contribuição para a formação crítico-emancipatória a ser desenvolvida, em função de que práticas dialógicas e de reflexão coletiva, as quais reconstróem e consolidam os conhecimentos adquiridos pela experiência sensível, se tornam atitude permanente em seu processo de ensino-aprendizagem.

Desta maneira, entende-se que o reconhecimento objetivo das condições concretas que conformam a realidade examinada pode se dar na sua amplitude contextual, evitando que recortes

aleatórios procedidos apenas por suas condições de singularidade ou exotismo sejam destacados e inferidos como representativos da totalidade do fenômeno estudado. Da mesma forma, associações entre predisposições, fatos e consequências são percebidas e corretamente significadas, superando entendimentos pontuais ou de natureza “mágica” que podem decorrer de visões superficiais sobre o cotidiano da mídia esportiva.

Por fim, cabe ressaltar que este caminho parece mostrar-se seguro para a promoção de situações de esclarecimento que sejam baseadas em formas práticas/reflexivas de apropriação de conhecimentos. Por isso, destaca-se como exemplo o procedido a partir das duas estratégias didáticas de aproximação ativa e crítica à realidade da cultura esportiva construída pela mídia. Os eventos analisados no item 3.2.2.2. (mesa-redonda e pesquisa) configuraram-se como principais referências citadas pelos alunos nas entrevistas realizadas após a disciplina-campo, apontadas como momentos privilegiados que vivenciaram para o seu processo de esclarecimento, salientando ainda o fato de que as reflexões e ações dialógicas que antecederam e repercutiram os momentos ditos “práticos” dos eventos foram de grande relevância para a formação de uma visão mais crítica e emancipada sobre os temas abordados.

3.2.5. Explorando formas curriculares para abordagem da temática

Outra demanda oriunda do campo de pesquisa que precisa ser equacionada é quanto às formas curriculares mais adequadas para esta tematização da mídia esportiva no âmbito da formação profissional em Educação Física. Por colocar-se para além do escopo deste estudo, a reflexão aqui procedida se apresenta apenas como uma introdução à necessária discussão sobre como os cursos de graduação podem se organizar para promoverem a inserção formal do tema no conjunto de experiências pedagógicas que compõem os seus currículos acadêmicos. A importância deste debate ficou demonstrada, inclusive, nas entrevistas com os alunos da disciplina-campo que, questionados sobre a forma disciplinar adotada, ofereceram relevantes subsídios para a sistematização a seguir.

De imediato, a tendência mais frequentemente observável para inserção curricular dos chamados temas emergentes é a da criação de disciplina(s) própria(s) para seu estudo, tanto no ensino básico quanto na educação superior, podendo, nesta última, assumir a condição de obrigatória(s) ou eletiva(s)/optativa(s). A principal justificativa para tal procedimento refere-se às possibilidades apresentadas pela forma disciplinar para a apropriação das “ferramentas” técnicas necessárias à apreensão e análise da realidade mediada. As maiores críticas a este modelo decorrem dos riscos que representa o oferecimento frequente de novas disciplinas, no sentido de que venha reforçar a já exagerada fragmentação do currículo e, por conseguinte, do próprio conhecimento. Além disso, temas emergentes têm conformação muito dinâmica e as abordagens sugeridas para seu estudo tendem a se modificar na medida em que novas áreas de interface também se voltam para o problema gerador. Isso implica que os recortes da temática, procedido para a criação da(s) nova(s) disciplina(s), venham a ficar logo temporalmente defasados, como também no que se refere aos novos conhecimentos que possam estar sendo produzidos pelos campos do conhecimento que se debrucem sobre o assunto.

Assim, considerando tanto as vantagens que podem advir desta concepção de disciplina instrumental, quanto os problemas apontados pela inserção curricular da temática da mídia esportiva sob a forma disciplinar, entende-se que outras estratégias podem ser pensadas e implementadas, complementarmente à idéia da disciplina específica que, neste caso, sugere-se continue sendo oferecida como optativa.

A primeira destas possibilidades é a que aponta para o seu acolhimento como espécie de tema transversal, ao modo dos parâmetros curriculares do ensino básico. Neste caso, assuntos do cotidiano, com evidentes reflexos sobre os campos mais amplos do conhecimento – como é o que se entende seja a situação da mídia esportiva para a Educação Física -, são estudados à medida em que surgem no universo temático da prática pedagógica, conectados aos conteúdos programáticos de cada disciplina. Possíveis limitações a esta forma de sistematização são o espontaneísmo em relação à abordagem e a provável dispersão de enfoques, já que cada professor tenderia a tratar o tema somente quando (e se) percebesse sua interveniência nos

conteúdos do seu programa de ensino e, ainda assim, o faria a partir de seus próprios pressupostos e valorações, diante da inexistência de eixo comum que promova a articulação destes conhecimentos, resultando em maiores dificuldades para elaboração de sínteses por parte dos alunos.

Outra estratégia que pode ser refletida, mais orgânica do ponto de vista da sua articulação curricular e mais ambiciosa quanto ao seu alcance, é a que institui o tema da mídia esportiva como um dos eixos orientadores do currículo. Isso implicaria na obrigatoriedade de que os planejamentos de ensino fossem pensados e desenvolvidos de modo a promover uma abordagem interdisciplinar da temática. Assim, não apenas estariam contempladas as possíveis áreas de conexão de cada disciplina com o tema em destaque, com a sua conseqüente distribuição entre as diferentes matérias acadêmicas, como também seria oportunizada a criação de um espaço/tempo curricular próprio para a produção de conhecimentos específicos sobre o assunto, na perspectiva dos interesses da área de Educação Física. Certamente que esta sugestão se adequaria melhor àqueles cursos em cujos aprofundamentos⁷⁵ o tema do esporte seja uma das principais referências, ainda que a influência da mídia na produção dos saberes/fazer da cultura esportiva e de movimento já transcenda o conceito restrito de esporte.

Finalmente, de mais difícil implementação porque exigiria uma outra concepção de currículo - para além da simples grade de disciplinas, conforme alertam as teorias culturais da chamada Sociologia Crítica do Currículo (Moreira; Silva, 1995) - , pode ser sugerida a criação de estruturas institucionais paracurriculares, dedicadas à investigação sobre temáticas específicas (no caso, a mídia esportiva), com a constituição autônoma e autogestionária de núcleos, laboratórios, grupos ou outros tipos de fóruns permanentes, inclusive de caráter interinstitucional. Julga-se fundamental, porém, que eles possam estar disponíveis ao acesso e à livre participação dos acadêmicos, diferentemente da estrutura atual dos grupos de estudos encontrados nas instituições

⁷⁵ De acordo com as novas diretrizes curriculares para a formação acadêmica em Educação Física, em fase de estudos para implantação, deverá ser reservado um mínimo de 30% do total das horas previstas para o chamado "conhecimento identificador do tipo de aprofundamento", em que o esporte constitui-se em uma das possibilidades de eixo articulador das sugestões de aprofundamento apresentadas pela comissão de especialistas da SESu/MEC (Kunz *et al.*, 1998).

de ensino superior que, via de regra, abrigam apenas docentes e estudantes de pós-graduação. Além disso, parece necessário que estas instituições definam formas legais para atribuir créditos curriculares e/ou registrar o cumprimento de carga horária aos universitários que estejam regularmente envolvidos com pesquisas e outros trabalhos desenvolvidos no interior destas novas estruturas. Uma possibilidade concreta para tal procedimento pode ser através da organização e oferecimento de cursos sequenciais, interdisciplinares, sobre a temática, conforme previsto na lei de diretrizes e bases da educação nacional (Lei n. 9394/96). Só assim, os acadêmicos seriam estimulados a se fazerem presentes, podendo, sistematicamente, acrescentar abordagens e conhecimentos mais aprofundados na sua formação profissional inicial, de acordo com seus próprios campos de interesse.

Estas primeiras aproximações não pretendem, evidentemente, ser mais do que um alerta, no sentido de que estudos acadêmicos na Educação Física a respeito do tema da mídia esportiva e da sua influência na construção da cultura de movimento, tese aqui defendida, sejam pensados também a partir de determinantes curriculares que possibilitem sua inserção em condições privilegiadas, e não apenas a de mais um apêndice curricular, superficialmente focado. Até porque, lembrando novamente Adorno (1996), a falsa consciência decorrente da semiformação (ou de um semisaber, conforme Pucci, 1998) é ainda mais imobilizante ao processo de esclarecimento, porque leva à sensação de pseudosatisfação, que resulta em reforço das condições que conduzem ao antiesclarecimento, pelo conformismo e adaptação ligeira à realidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

***“Vivemos atualmente em uma época esclarecida?
Não, mas certamente em uma época de esclarecimento.”***

(Immanuel Kant, no ano de 1783)

As posições teóricas aqui assumidas, assim como as ações implementadas e as reflexões por elas suscitadas, são caudatárias de uma mesma convicção: a da irrenunciável e impostergável necessidade de resgatar a crença iluminista em uma formação cultural capaz de levar a sociedade humana a patamar de maior justiça social, constituída por cidadãos livres, esclarecidos e emancipados.

Isso não significa negar o caráter dialético do esclarecimento, da sua ambiguidade que tanto pode conduzir à autonomia quanto à barbárie. Tampouco pressupõe desconsiderar as dificuldades que se interpõem a qualquer programa que, através do potencial emancipatório da educação, contraponha-se à ação da Indústria Cultural na sociedade administrada. Igualmente, sabe-se que a retomada do projeto de Modernidade com base na racionalidade comunicativa (Habermas, 1992) implica a difícil reconstrução de mecanismos capazes de reverterem a situação de acomodação geral aos tutores intelectuais. Tal como afirmou Adorno (1996), não serão apenas reformas educacionais que conseguirão modificar radicalmente as condições sociais objetivas que conduziram ao atual processo de semiformação cultural.

Todavia, superar a educação danificada pelo travamento da sua dimensão crítica, reflexiva e dialógica é a única razão pela qual ainda se pode falar eticamente em projetos pedagógicos. Abrir mão deste compromisso significa compactuar, pela omissão e silêncio, com o processo de instrumentalização da razão e de reificação do humano, que se torna ainda mais agudo em tempos neoliberais e globalizados. Assim, se *“a utopia é um pensar para frente”*, como afirmou Bloch (citado por Rouanet, 2000, p.15), recuperar a utopia educacional iluminista - e trabalhar no sentido de viabilizá-la - pode representar a decisiva diferença entre a formação imediatista, limitada à instrumentalização de competências técnico-funcionais para acesso submisso ao mercado, e uma outra, que se projeta para além da estrita instrucionalidade escolar (igualmente necessária), transcendendo sua reflexão na direção da cidadania emancipada, como possibilidade de reconstrução social, a partir dos ideais de igualdade e justiça para todos.

É, pois, nesta perspectiva de educação como emancipação que se pretende inserir o presente estudo. Embora com limites de toda natureza, que se evidenciam ao longo dos seus capítulos, espera-se que, de alguma maneira, ele possa contribuir para que parcela específica da ação da Indústria Cultural seja explicitada e enfrentada: aquela que se refere à participação dos meios de comunicação de massa na produção da (semi)cultura esportiva. Neste sentido, o trabalho requer inscrever-se no esforço coletivo de construção de uma concepção crítico-emancipatória para a Educação Física, oferecendo-se como subsídio para reflexões sobre a realidade e para perspectivar intervenções que conduzam a novas relações entre a Educação Física e o discurso midiático sobre os saberes/fazerem da cultura de movimento e esportiva.

Estas considerações finais servem, assim, para que sejam expressos sumariamente os entendimentos que foram possíveis de serem apreendidos no diálogo reconstrutivo entre a teoria revisitada e a realidade investigada. Da mesma maneira como se procedeu no Capítulo 3, apresenta-se inicialmente quadro-síntese das principais considerações e recomendações que o estudo permite apontar; a seguir, elas são discursivamente desenvolvidas, oportunizando sua compreensão no contexto a que se referem as reflexões, isto é, a formação acadêmica em Educação Física .

Quadro V: Síntese das principais considerações e sugestões

Tópicos considerados	Descrição
1. Teoria Crítica	Atualidade e adequação dos conceitos de Indústria Cultural e Semicultura para compreensão crítica do papel da mídia na mercadorização da cultura esportiva e na formação de estruturas subjetivas adaptadas ao consumo simbólico desta produção.
2. Esclarecimento	Constatada relevância do conceito de esclarecimento, dialogicamente produzido, como eixo fundamentador e articulador de projetos de resistência crítica e de intervenção pedagógica contrahegemônica à mídia esportiva no campo da Educação Física.
3. Recepção e mediação	Promissoras as potencialidades investigativas e de intervenção produzidas a partir da aproximação conceitual entre o esclarecimento e a produção de estruturas de mediação e autonomia do sujeito, preconizada pelos estudos sobre o pólo da recepção midiática.
4. Educação para a mídia	Parece relevante que o processo de formação tematize o discurso da mídia esportiva e proporcione o acesso dos alunos a "ferramentas" técnicas e conceituais, que lhes permitam efetuar a leitura crítica das mensagens subliminares a este discurso, visando o esclarecimento frente aos meios.
5. Metodologia de ensino	Considerado adequado aos objetivos de formação de acadêmicos de Educação Física para recepção crítica à mídia esportiva o conjunto de procedimentos teórico-metodológicos de ensino empregados na proposta de ensino da pesquisa-ação.
6. Formas de inserção curricular do tema	Quanto à inserção curricular do tema na formação acadêmica, recomenda-se que, complementarmente ao oferecimento de disciplina com perfil instrumental e crítico-reflexivo, sejam ampliadas as abordagens ao estudo da mídia esportiva, através de diferentes estratégias não disciplinares.
7. Outras aplicações do referencial teórico-metodológico	Sugerida possibilidades de aplicação do marco teórico-metodológico operado neste trabalho para abordagem de outras temáticas caras à Educação Física que, igualmente, sofrem as influências exercidas pela indústria midiática, como parece ser o caso da relação com o campo da saúde.

1. Primeiramente, cabe expressar a atualidade e adequação dos conceitos da Teoria Crítica, fundamentalmente os da Indústria Cultural e da Semicultura, para a compreensão crítica do papel da mídia na conformação do processo de mercadorização da cultura esportiva e, mais do que isso, na formação de estruturas psicológicas e cognitivas adaptadas e desejantes do consumo desta produção simbólica, razão pela qual o esporte inscreve-se crescentemente como um dos principais vetores do processo funcional de globalização da economia/mundialização da cultura.

De fato, a interpretação da realidade, tal como se apresenta constituída atualmente a área das práticas culturais de esporte na sociedade globalizada, pode ser, em boa parte, facilitada pela sua leitura conforme os esquemas conceituais introduzidos por Adorno e Horkheimer. Assim também o é no que se refere à compreensão das consequências subjetivas e mistificadoras deste processo, a semicultura esportiva. A noção de adaptação domesticada ao ritmo e à oferta de produtos sempre iguais da cultura massificada possibilita o entendimento das manobras porque passa o sistema esportivo internacional, motivadas por sua associação às corporações transnacionais, cuja aliança é operada pela indústria midiática. Ao lado disso, a naturalidade com que se reconhece e admite esta "colonização" da cultura de movimento, isto é, a subsunção desta manifestação inequívoca do mundo vivido à dimensão tecnicamente regulada pelo Sistema (exemplo de patologia da Modernidade denunciada por Habermas), é em si fruto da coisificação das consciências pela Indústria Cultural.

2. Igualmente, é possível constatar a relevância do conceito de esclarecimento, destacando seu caráter dialético e sua condição processual (um vir-a-ser, na acepção de Adorno, 1995), como eixo fundamentador e articulador de projetos de resistência crítica à Indústria Cultural e de intervenção pedagógica contra-hegemônica à mídia esportiva no campo da Educação Física.

Ainda que seja necessário registrar as dificuldades evidenciadas pelos alunos participantes da pesquisa-ação para um pensar filosófico que possibilite a compreensão do esclarecimento como categoria universal, o saldo das reflexões sobre a realidade do esporte tecnologicamente mediado, procedidas a partir de um ponto de vista esclarecedor, pode ser

considerado bastante positivo, em vista das condições objetivas do trabalho de campo, relatadas no Capítulo 3. Como processo que se constrói dialeticamente na relação individual-coletivo, tanto no sentido da autoreflexão kantiana para a intersubjetividade discursiva de Habermas quanto no seu inverso, o esclarecimento se revela recurso apropriado para nortear o encaminhamento de ações que visem intervir na qualidade da percepção e atribuição de sentidos pelo receptor do discurso midiático sobre a cultura esportiva e de movimento, na perspectiva da produção da sua criticidade, seletividade e autonomia.

3. Também parece razoável afirmar que os estudos da corrente latinoamericana da Sociologia da Comunicação, especialmente aqueles orientados para a compreensão das estruturas culturais de mediação para a formação do receptor-sujeito, convertem-se em significativos colaboradores dos procedimentos crítico-emancipatórios em relação à semicultura esportiva.

Neste sentido, revelam-se promissoras as potencialidades investigativas e de intervenção produzidas a partir da aproximação teórica entre o conceito de esclarecimento, permeado pela racionalidade comunicativa de orientação habermasiana, e a exploração das possibilidades de produção de autonomia do sujeito, reveladas em estudos sobre o pólo da recepção midiática. Pode-se afirmar, então, que na sociedade contemporânea, cujos significados simbólicos da sua cultura são fortemente marcados pela influência dos meios de comunicação, intervir no fortalecimento dos mecanismos sociais de filtragem da mensagem midiática é, essencialmente, uma forma de agir em nome do esclarecimento. Mais ainda: considerando a linguagem como o *medium* pelo qual pode acontecer este entendimento entre as muitas vozes constituintes do campo das mediações, que auxiliam na estruturação dos sentidos atribuídos e melhoram a qualidade crítica da recepção, parece ratificar-se a ligação que pode ser estabelecida entre o esclarecimento baseado na racionalidade comunicativa e os estudos para formação do receptor crítico e autônomo, enfim, emancipado.

4. Se educação, como afirma Adorno (1995), é o mesmo que emancipação, e entendendo que a indústria midiática assume atualmente o papel de principal agente das forças antiesclarecimento, então o pretendido é uma educação que tematize o discurso da mídia no processo de formação acadêmica e oriente-se para facilitar o acesso dos alunos a “ferramentas” (conceituais e técnicas) que lhes permitam efetuar a leitura crítica das mensagens subliminares a este discurso, como forma de buscarem dialogicamente o esclarecimento frente aos meios.

Assim, abrem-se amplos espaços e renovam-se compromissos pedagógicos transdisciplinares de uma educação para a formação crítica do receptor no ensino formal, do fundamental ao superior – ainda que não limitados ao sistema escolar. Percebem-se aí as possibilidades de que esta educação para a mídia esportiva seja pensada/implementada no âmbito da formação acadêmica em Educação Física, na perspectiva do esclarecimento, cujos objetivos devem visar, concomitantemente, o exame rigoroso das determinações midiáticas sobre os saberes/fazeres da cultura esportiva e a articulação de procedimentos de intervenção emancipatória, para a superação de estágios de compreensão de senso comum. Pode, ainda, ser sugerido que tal compromisso também contribui para justificar a inserção desta temática no currículo acadêmico da graduação em Educação Física: se, enquanto estudantes da área, eles percebem-se capazes de alcançar a condição de receptores-sujeitos, maiores são as possibilidades de intervirem pedagogicamente nesta direção, em suas ocupações profissionais futuras.

5. Do ponto de vista teórico-metodológico, os procedimentos de ensino que consubstanciaram a proposta vivenciada através da pesquisa-ação podem ser considerados como adequados aos objetivos de formação crítica para a recepção à mídia esportiva, entre acadêmicos de Educação Física.

De modo geral, foram adotadas estratégias complementares entre si, como as que proporcionam o acesso a esquemas teóricos explicativos, ao lado de reflexões dialogicamente mediadas sobre o cotidiano do objeto de estudo, intermediadas por formas ativas e criativas de

produção de conhecimentos sobre a temática. A conjugação equilibrada destas diferentes metodologias parece ser bem indicada para fazer frente ao alto grau de complexidade das possíveis abordagens do tema sob a forma disciplinar, o que está a exigir enfoques de fundamentação tanto conceitual quanto instrumentais para leitura/análise da mídia, assim como aplicações destes conhecimentos à realidade objetivada, enquanto estratégia capaz de fazer com que, dialeticamente, teoria aponte caminhos e seja, igualmente, reconstruída pela prática.

Estas estratégias de ensino, é importante ressaltar, revelaram-se adequadas a determinado procedimento curricular de tratamento da temática da mídia esportiva, que se caracterizou pela forma de disciplina optativa, julgada a mais apropriada para a situação problema. Em outras circunstâncias de estabelecimento do processo ensino-aprendizagem sobre o assunto, outras técnicas e recursos talvez venham a ser mais indicados e eficazes aos objetivos que sejam propostos.

6. Isso abre oportunidade para outra consideração, quanto a formas de inserção curricular do tema na formação acadêmica em Educação Física. Parece válido sugerir que, complementarmente ao oferecimento de disciplina com perfil instrumental e crítico-reflexivo de enfoque da temática, as comissões curriculares dos cursos de Educação Física verifiquem as possibilidades de ampliar a abordagem à mídia esportiva no âmbito da formação acadêmica, através de diferentes estratégias não disciplinares.

Esta é uma discussão que se faz necessária, em vista dos aspectos positivos e negativos que cercam o enfoque de temas considerados emergentes através da criação e oferecimento de novas disciplinas. Embora esta reflexão tenha sido feita apenas introdutoriamente no presente estudo, parece procedente afirmar que, em vista da complexidade dos fatores que conformam o discurso midiático sobre esporte/exercício físico, assim como em função das influências que exerce sobre a cultura de movimento contemporânea, são exigidos elementos teóricos consistentes para sua compreensão crítica. Neste sentido, a forma disciplinar para abordagem

inicial do assunto parece ser uma das soluções mais adequadas, pela capacidade de oportunizar o desenvolvimento de elementos conceituais e técnicos apropriados para a análise da mídia.

Essa mesma complexidade demonstra, porém, que dificilmente o espaço/tempo curricular de apenas uma disciplina seja suficiente para introduzir e consolidar as estruturas de mediação e esclarecimento à recepção da mídia esportiva e ainda proporcione possibilidades de intervenção/reflexão sobre o tema, em situações concretas de práticas de ensino. Além disso, a Sociologia do Currículo vem demonstrando os limites revelados pela forma disciplinar para apreender a diversidade e a imbricação de temáticas que conformam a sociedade, que se transforma e se complexifica quase cotidianamente, com o advento de novas técnicas de informação informatizada.

Em vista destas observações, a melhor alternativa parece ser mesmo a de associar a forma disciplinar, com conteúdos fundamentadores específicos, a outras estratégias curriculares que viabilizem o necessário trânsito entre fundamentação e aplicações.

7. Finalmente, cabe expressar última consideração, no sentido de perspectivar a extrapolação das reflexões aqui procedidas para além dos limites impostos pela delimitação do tema de estudo. Em síntese, sugere-se o exame das possibilidades de aplicação do arcabouço teórico-metodológico operado neste trabalho, construído para compreensão/intervenção no campo das relações entre mídia e cultura esportiva, na abordagem de outras temáticas caras à Educação Física que, igualmente, sofrem as influências exercidas pela indústria midiática.

De fato, os demais temas fundamentais que constituem esta área de conhecimento vêm sendo ressignificados à medida em que são apropriados como saberes/fazer simbolicamente determinados pelos meios de comunicação de massa. Muitos são os exemplos que podem ser citados para ilustrar esta afirmação. Talvez o de maior empatia é o que se refere ao discurso midiático sobre os benefícios do exercício físico para a promoção e manutenção da saúde. Silenciando propositadamente sobre as controvérsias que cercam esta relação, mas aproveitando-

se das possibilidades de mercadorização que podem advir da sua “legitimação social”, igualmente fabricada, a indústria midiática atua simbolicamente na “venda” de saúde e melhor qualidade de vida através do exercício físico.

O campo de estudos da saúde coletiva/atividade física já vem recolhendo diversas evidências decorrentes deste processo, cujas dimensões atinge parâmetros que podem ser caracterizados como epidemias da nova sociedade instrumental. Por um lado, observa-se o aumento do número e da gravidade de lesões crônico-degenerativas provocadas por exposição demasiada ou indevida a práticas corporais lançadas como moda a cada nova estação. Ao lado disso, cresce a utilização de substâncias químicas destinadas a aumentar e a acelerar os resultados de programas de atividades físicas, cujas consequências colocam-se no sentido oposto ao da pretendida melhoria das condições gerais de saúde.

No que se refere ao ponto de abordagem do problema aqui adotado - a questão das relações entre Educação Física e mídia - percebe-se que a situação acima referida exerce severas influências sobre a formação acadêmica, em vista da delimitação de significativa parcela do mercado de trabalho da área, que praticamente exige a formação de profissionais destinados a reproduzi-la, conformando círculo vicioso destinado a consolidar tal concepção funcionalista da relação saúde/atividade física, com o inquestionável aval da Academia. Aliás, esta parece ser uma das peculiaridades do enfoque da temática pela mídia e que, portanto, aponta para especificidade que sua análise deve receber: se o discurso midiático sobre esporte praticamente prescinde do estatuto da ciência, porque opera no âmbito do entretenimento e ali recruta seus especialistas, sua aplicação ao campo do exercício físico e saúde insere-se na dimensão da informação pretensamente validada por critérios científicos, por isso necessita da legitimação e do respaldo da comunidade científica (os tutores intelectuais kantianos?), normalmente pesquisadores ligados a universidades e centros de investigação.

Além disso, no referente às relações entre saúde e exercício físico, também se faz necessário a ampliação da abordagem que é preconizada neste estudo apenas para o pólo receptor, passando então a considerar igualmente a atuação do emissor (ou coemissor, no caso,

os agentes científicos que respaldam o discurso midiático), vez que sua intervenção se dá concomitantemente no plano da legitimação à mídia e na própria formação acadêmica. A dúvida que resta é se esta discutível ação requer abordagens orientadas na perspectiva do esclarecimento de tais agentes/emissores ou na dimensão do resgate de fundamentos do campo da ética de conduta profissional.

Assim, ressalvadas algumas especificidades, os elementos constituintes deste processo de produção midiática da realidade guardam significativas semelhanças com o que se observou em relação à cultura esportiva, o que parece demonstrar que os fundamentos teórico-conceituais e metodológicos empregados na compreensão/intervenção do fenômeno do esporte tecnologicamente mediatizado podem servir de referência para abordagens sobre o papel da mídia na constituição desta cultura da atividade física como sinônimo de saúde e qualidade de vida. Desde que, logicamente, os objetivos de tais enfoques também se pautem pela perspectiva do esclarecimento, da formação do receptor autônomo e, em última análise, da busca pela emancipação como tarefa inarredável do campo das práticas sociais e pedagógicas, onde se inclui a Educação Física.

Referências

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ADORNO, Theodor W. Indústria Cultural. In: COHEN, Gabriel (org.). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Nacional/EDUSP, 1971.

_____. Tempo livre. In: ADORNO, Theodor. *Palavras e Sinais: modelos críticos 2*. Petrópolis: Vozes, 1994.

_____. *Educação e Emancipação*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

_____. Teoria da semicultura. *Educação e sociedade*, ano XVII, v. 56, p. 388-411, dez., 1996.

AMARAL, Sílvia Cristina Franco. Estudo descritivo sobre a relação entre as mensagens televisivas e o discurso de praticantes – o papel das mediações. XI CONBRACE, *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v.21, n.1, p. 401-406, set., 1999.

ANDREU, Alex. Olimpíadas de Barcelona e a ISL. In: *Anais do Seminário INDESP de Marketing Esportivo*. Brasília, INDESP, 1996.

ARAGÃO, Lucia Maria de Carvalho. *Razão comunicativa e teoria social crítica em Jurgen Habermas*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1992.

ASSOUN, Paul-Laurent. *A escola de Frankfurt*. São Paulo: Ática, 1991.

ASSUMPÇÃO, João Carlos. Fifa prepara estudo sobre placas virtuais. *Folha de São Paulo*, Caderno de Esporte, p.5, 4/10/98.

_____. Murdoch vem aí: australiano quer invadir o Brasil a partir do esporte. *Folha de São Paulo*, Caderno de Esporte, p. 1-2, 01/02/2000-a.

_____. Acordo revela que Nike exigia Ronaldo em campo. *Folha de São Paulo*, Caderno de Esportes, p.1, 18/11/2000-b.

BARBIER, René. *A pesquisa-ação na instituição educativa*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BARBOSA, Grazielle *et al.* Figueirense x Avaí: o "clássico do século"- estudo sobre mídia e cultura esportiva em Florianópolis. XI CONBRACE, *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 21, n. 1, p. 361-368, set., 1999.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, s/d.

BÁSSOLI DE OLIVEIRA, Amauri A.; DaCOSTA, Lamartine Pereira. Educação física/esporte, formação profissional e campo de trabalho. In: GOELLNER, Silvana (org.). *Educação Física/Ciências do Esporte: intervenção e conhecimento*. Florianópolis: CBCE, 1999.

BELLONI, Maria Luiza. A espetacularização da política e a educação para a cidadania. *Perspectiva*, n. 24, p. 23-39, 2 semestre, 1995.

_____. Educação para a mídia: missão urgente da escola. *Comunicação e sociedade*, n.10, v.17, p. 33-46, ago., 1991.

BELTRÃO, Luiz; QUIRINO, Newton de Oliveira. *Subsídios para uma teoria da comunicação de massa*. São Paulo: Summus, 1986.

BETTI, Mauro. *Janela de vidro: esporte, televisão, educação física*. Campinas: Papyrus, 1998-a.

_____. Mídia e educação: análise da relação dos meios de comunicação de massa com a Educação Física e os Esportes. Santa Maria, UFSM, *Seminário Brasileiro de Pedagogia do Esporte*, p. 80-88, set., 1998-b (Anais).

_____. TV a cabo: maximização do esporte telespetáculo. XI CONBRACE, *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 21, n. 1, p. 394-401, set., 1999.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BOUFLEUER, José Pedro. *Pedagogia da ação comunicativa: uma leitura de Habermas*. Ijuí: UNIJUÍ, 1997.

BRACHT, Valter. *Educação física e aprendizagem social*. Porto Alegre, Magister: 1992.

_____. *Sociologia crítica do esporte: uma introdução*. Vitória: UFES, 1997.

_____. *Educação física e ciência: cenas de um casamento (in)feliz*. Ijuí: UNIJUÍ, 1999.

BUCCI, Eugênio. Cinco funções quase-ideológicas na televisão. *Imagens*, n. 8, p. 20-25, maio-ago., 1998.

CARVALHO, Sérgio; HATJE, Marli. Proposta de desenvolvimento de um novo conhecimento na e para a Educação Física e a Comunicação Social no Brasil. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 17, n. 3, p. 260-265, maio, 1996.

CARVALHO, Sérgio; HATJE, Marli; LOIS, Nicolas. Esporte na natureza: análise da recepção de publicidades veiculadas pela Rede Globo de Televisão. In: CARVALHO, Sérgio; HATJE, Marli (orgs.). *Caderno de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física*, v. 4, 1998.

CASTANHO, Sérgio. Theodor W. Adorno e a "indústria cultural". *Comunicarte*, v. 2, n. 5, p.133-148, 1985.

CAVALCANTI, Katia Brandão. *Esporte para todos: um discurso ideológico*. São Paulo: IBRASA, 1984.

CAVALCANTI, Zartú G. O mito do "herói" e o futebol. In: COSTA, Marcia Regina; FLORENZANO, José Paulo; QUINTILHO, Elizabeth; D'ALLEVEDO, Sílvia C.; SANTOS, Marco Antonio (orgs.). *Futebol: espetáculo do século*. São Paulo: Musa, 1999.

COHN, Gabriel. *Sociologia da comunicação: teoria e ideologia*. São Paulo: Pioneira, 1973.

COSTA, Belarmino César Guimarães da. Indústria Cultural: análise crítica e suas possibilidades de revelar ou ocultar a realidade. In: PUCCI, Bruno. *Teoria crítica e educação*. Petrópolis: Vozes; São Carlos: UFSCar, 1995.

_____. Comunicação mediática no processo de mundialização da cultura. In: ZUIN, Antonio A.; PUCCI, Bruno; RAMOS-DE-OLIVEIRA, Newton (orgs.). *A educação danificada: contribuições à teoria crítica da educação*. Petrópolis: Vozes; São Carlos: UFSCar, 1998.

COUTO, José Geraldo. Lutar com as palavras. *Folha de São Paulo*: p. D 7, 07/out./2.000.

DaCOSTA, Lamartine Pereira. Verificações empíricas da autonomia curricular da graduação em Educação Física e suas relações com a pós-graduação. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 20, n. 1, p. 48-52, set./1998.

DAS NEVES, Annabel. *Educação física e prática de ensino: pensando novas perspectivas nas relações institucionais entre universidade e escola públicas*. Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, 1998, 143 p. Dissertação (mestrado em Educação Física), Centro de Desportos/UFSC.

DEMO, Pedro. *Pesquisa e construção do conhecimento*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.

_____. *Cidadania tutelada e cidadania assistida*. Campinas: Autores Associados, 1995.

_____. *Questões para teleducação*. Petrópolis: Vozes, 1998.

DE MASI, Domenico. *O ócio criativo*. Rio de Janeiro: Sextante, 2.000.

DIAS, Roberto. Europa reparte riqueza do esporte. *Folha de São Paulo*, Caderno de Esporte, p.14, 02/10/99.

DUMAZEDIER, Jofre. Democratização do esporte? In: *Cadernos de Lazer*, SESC/SP, n. 4, maio, 1979.

DREIFUSS, René A. Corporações estratégicas e mundialização da cultura. In: MORAES, Dênis de (org.). *Globalização, mídia e cultura contemporânea*. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

ECO, Umberto A falação esportiva. In: _____. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

_____. *Apocalípticos e integrados*, 4ed. São Paulo: Perspectiva, 1990.

ELIAS, Norbert. O processo civilizador, vol. 1, 2.ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1994.

ENZENSBERGER, Hans Magnus. *Elementos para uma teoria dos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1979.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994.

FERES NETO, Alfredo. A virtualização do esporte e as suas novas vivências eletrônicas. XI CONBRACE, *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 21, n. 1, p. 373-379, set., 1999.

FERRÉS, Joan. *Televisão e educação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994.

FENSTERSEIFER, Paulo Evaldo. A educação física na crise da modernidade. Campinas, Universidade Estadual de Campinas, 1999, 213 p. Tese (Doutorado em Educação), Faculdade de Educação, Unicamp.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Identidade, cultura e mídia: a complexidade de novas questões educacionais na contemporaneidade. In: SILVA, Luiz Heron (org.). *Século XXI: qual conhecimento? qual currículo?* Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. Mídia e produção de sentidos: a adolescência em discurso. In: SILVA, Luiz Heron (org.). *A escola cidadã no contexto da globalização*. Petrópolis: Vozes, 1998.

FRAGA, Paulo Denisar. A exclusão como regra. *Zero Hora*, Caderno de Cultura, p. 24, 26/ago./2000.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da esperança: um reencontro com a pedagogia do oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

_____. *Conscientização*. São Paulo: Moraes, 80.

FREITAG, Barbara; ROUANET, Sérgio Paulo. Introdução. In: *Habermas* (Coleção Grandes Cientistas Sociais). São Paulo: Ática, 1993.

FREITAG, Barbara. *A teoria crítica ontem e hoje*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

_____. *Política educacional e indústria cultural*. São Paulo: Cortez/Autores Associados, 1989.

_____. Sistema e "mundo vivido" em Habermas. *Revista do GEEMPA*, v.1, p. 61-71, jul., 1993.

FÓRMULA 1 ganha "coluna social" no ano 2000. *Folha de São Paulo*, Caderno de Esporte, p.8, 12/12/99.

GADOTTI, Moacir. *Pensamento pedagógico brasileiro*. São Paulo: Ática, 1987.

GAJARDO, Marcela. Pesquisa participante: propostas e projetos. In: BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org.). *Repensando a pesquisa participante*, 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

GEAEF - Grupo de Estudos Ampliados da Educação Física. *Diretrizes Curriculares para a educação física no ensino fundamental e na educação infantil da rede municipal de Florianópolis/SC*. Florianópolis: O Grupo, 1996.

- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara-Koogan, 1989.
- GEUSS, Raymond. *Teoria crítica: Habermas e a escola de frankfurt*. Campinas: Papyrus, 1988.
- GLOBO amplia domínio na TV paga. *Folha de São Paulo*, Negócios, p. 2, 19/11/2000.
- GOERGEN, Pedro L. A crítica da modernidade e a educação. *Pro-posições*, v. 7, n. 2, p. 5-28, jul., 1996.
- GONÇALVES, Aguinaldo (org.) e colaboradores. *Saúde coletiva e urgência em educação física*. Campinas: Papyrus, 1997.
- GONÇALVES, Aguinaldo et al. Lesões desportivas: conceitos básicos. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v.16, n. 3, p.183-190, maio, 1995.
- GONÇALVES, Aguinaldo; MONTEIRO, Henrique; MATIELLO Jr., Edgard. Saúde Coletiva/Atividade Física: uma relação controversa. In: GONÇALVES, Aguinaldo (org.) et al. *Saúde coletiva e urgência em educação física*. Campinas: Papyrus, 1997.
- GONÇALVES, Aguinaldo; PIRES, Giovani De L. Educação Física e Saúde. *Motriz*, n. 5, p. 15-17, jun., 1999.
- HABERMAS, Jurgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- _____. *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus, 1987 (Tomos I e II)
- _____. *Discurso filosófico da modernidade*. Lisboa: Dom Quixote, 1990.
- _____. Conhecimento e interesse. In: _____. *Técnica e ciência como "ideologia"*. Lisboa: Edições 70, 1994-a.
- _____. Política científica e opinião pública. In: _____. *Técnica e ciência como "ideologia"*. Lisboa: Edições 70, 1994-b.
- _____. Modernidade – um projeto inacabado. In: ARANTES, Otilia B. Fiori; ARANTES, Paulo Eduardo. *Um ponto cego no projeto moderno de Jurgen Habermas*. São Paulo: Brasiliense, 1992.
- HAGUETTE, Teresa Maria Frota. *Metodologias qualitativas na sociologia*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- HATTING, Fritz. Broadcasting sports events in television. *Seminário Brasileiro de Pedagogia do Esporte*. Santa Maria, UFSM, p. 89-98, set., 1998 (Anais).
- HELAL, Ronaldo. *Passes e impasses: futebol e cultura de massa no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- HILDEBRANDT, Reiner. Visão pedagógica do movimento. *Revista da Educação Física/UEM*, n. 4, p. 22-24, 1993.
- HORKHEIMER, Max. Teoria tradicional e teoria crítica. In: *Textos escolhidos – Walter Benjamin, Max Horkheimer, Theodor Adorno, Jurgen Habermas* (Col. Os Pensadores). São Paulo: Abril Cultural, 1983.

- IANNI, Otávio. *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.
- IANNI, Otávio . *A sociedade global*, 4 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- INGRAM, David. *Habermas e a dialética da razão*. Brasília: UnB, 1994.
- JACKS, Nilda. *Querência: cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção*. Porto Alegre: Universidade-UFRGS, 1999.
- _____. *Televisión, recepción y identidad: cuestiones e imbricaciones*. In: OROZCO, Guillermo G. (coord.). *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México: Iberoamericana, 1997.
- KANT, Immanuel. "Resposta à pergunta: o que é o iluminismo?" In: _____. *A paz perpétua e outros opúsculos*. Lisboa: Edições 70, s/d.
- KENWAY, Jane. Educando cibercidadãos que sejam "ligados" e críticos. In: SILVA, Luiz Heron (org.). *A escola cidadã no contexto da globalização*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- KUNZ, Elenor *et al.* Novas diretrizes curriculares para os cursos de graduação em educação física: justificativas, proposições, argumentações. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 20, n. 1, p. 37-48, set., 1998.
- KUNZ, Elenor. Esclarecimento e emancipação: pressupostos de uma teoria educacional crítica para a educação física. *Movimento*, n. 10, p. 35-39, 1999.
- _____. *Educação Física: ensino e mudança*. Ijuí: UNIJUI, 1991.
- _____. *Transformação didático-pedagógica do esporte*. Ijuí: UNIJUI, 1994.
- _____. O esporte na perspectiva do rendimento. In: GEAEF - Grupo de Estudos Ampliados da Educação Física. *Diretrizes Curriculares para a educação física no ensino fundamental e na educação infantil da rede municipal de Florianópolis/SC*. Florianópolis: O Grupo, 1996.
- _____. Educação Física escolar: seu desenvolvimento, problemas e propostas. Santa Maria/UFSM, *Seminário Brasileiro de Pedagogia do Esporte* : p. 114-119, set., 1998 (Anais).
- LIBÂNEO, José Carlos. Perspectivas de uma pedagogia emancipadora face às transformações do mundo contemporâneo (entrevista). *Pensar a prática*, n.1, p. 1-21, jun., 1998.
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *Muito além do Jardim Botânico*. São Paulo: Summus, 1985.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisas de recepção e educação para os meios. *Comunicação & Educação*, ano II, n. 6, p. 35-40, maio-ago., 1996.
- LOVISOLO, Hugo. *Educação física: a arte da mediação*. Rio de Janeiro: Sprint, 1995.

LOVISOLO, Hugo. Hegemonia e legitimidade nas ciências dos esportes. *Motus Corporis*, v. 3, n. 2, p. 51-72, dez., 1996.

MAAR, Wolfgang Leo. A industrial (des)educa(na)cional: um ensaio de aplicação da Teoria Crítica ao Brasil. In: PUCCI, Bruno (org.). *Teoria crítica e educação*. Petrópolis: Vozes; São Carlos: UFSCar, 1995.

MAAR, Wolfgang Leo. Teoria Crítica e Formação do Indivíduo. In: *Encontro sobre Teoria Crítica e Psicologia*. Instituto de Psicologia da USP, 9/12/1999 (palestra transcrita por Érica Cristina Almeida e revisada pelo autor - mimeo).

MARQUES, Mario Osório. *Educação/interlocução, aprendizagem/reconstrução de saberes*. Ijuí: UNUJUÍ, 1996.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México: GG, 1987.

MARTIN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: ECA/USP, Brasiliense, 1995.

MATTELART, Michele; MATTELART, Armand. La recepción: el retorno al sujeto. *Diálogos de la comunicación*, n. 30, p.10-18, jun., 1991.

MEDEIROS, Martha. As gostosas do vôlei. *Zero Hora*, Caderno Donna, p. 4, 15/11/98.

MÍDIA. In: *LAROUSSE Cultural*. São Paulo: Nova Cultural, 1992, p.746.

MILANEZI, Jorgeta Z.; NASCIMENTO Jr., Antonio F.; GONÇALVES, Aguinaldo. Expectativas de espaço/lazer dos moradores do bairro Bela Vista, como subsídios para um programa de atividades físicas no município de Bauru – SP. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 18, n. 2, p. 92-97, jan./1997.

MONTEIRO, Henrique L.; GONÇALVES, Aguinaldo. A saúde coletiva/atividade física e o padrão epidemiológico de transição. In: GONÇALVES, Aguinaldo (org.) *et al. Saúde coletiva e urgência em educação física*. Campinas: Papirus, 1997.

MORAES, Dênis de. *Planeta mídia: tendências da comunicação na era global*. Campo Grande: Letra Livre, 1998.

_____. A dialética das mídias globais. In: _____ (org.). *Globalização, mídia e cultura contemporânea*. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

MOREIRA, Antonio Flávio; SILVA, Tomaz Tadeu da. Sociologia e teoria crítica do currículo: uma introdução. In: _____ (orgs.). *Currículo, cultura e sociedade*. São Paulo: Cortez, 1995.

NUZZMAN, Carlos Arthur. A importância do marketing esportivo para o desenvolvimento do esporte. *Anais do Seminário INDESP de Marketing Esportivo*. Brasília: INDESP, 1996.

OGAWA, Alfredo. A virada: como o futebol brasileiro está se transformando, enfim, num negócio de gente grande. *Revista Exame*, ano 33, v.18, p. 140-150, 8/set./1999.

OLIVEIRA, Vitor Marinho. *Consenso e conflito da educação física brasileira*. Campinas: Papirus, 1994.

OROZCO, Guillermo G. . Hacia una dialectica de la recepción televisiva: la estructuración de estrategias por los televidentes. *Comunicação & Política na América Latina*, ano 8, v. 22 a 25, p. 57-73, 1993.

_____. La audiencia frente a la pantalla: una exploración del proceso de recepción televisiva. *Dialogos de la comunicación*, v. 30, p. 55-63, jun., 1991.

_____. Professores e meios de comunicação: desafios, estereótipos. *Comunicação e Educação*, n.10, p. 57-68, set.-dez., 1997.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PACOTE dá à Globo o melhor do esporte. *Folha de São Paulo*, Caderno de Esporte, p.7, 18/12/98.

PAIM, Jairnilson Silva. Abordagens teórico-conceituais em estudos de condições de vida e saúde: notas para reflexão e ação. In: BARATA, Rita Barradas (org.). *Condições de vida e situação em saúde*. Rio de Janeiro: ABRASCO, 1997.

PENTEADO, Heloísa D. (org.). *Pedagogia da comunicação: teorias e práticas*. São Paulo: Cortez, 1998.

PIMENTEL, Giuliano G. de Assis. A mídia na construção social do rodeio esporte. *X CONBRACE*, Goiânia/GO, 1997 (Anais).

PINTO, João Bosco Guedes. *Pesquisa-ação: detalhamento de sua sequência metodológica*. Recife: SUDENE, 1989 (mimeo).

PINTO, Marcelo de Campos. A mídia e o marketing esportivo. In: MENDES DE ALMEIDA, Cândido José; SOUSA, Madalena Mendes de Almeida; LEITÃO, Sérgio Sá (orgs.). *Marketing esportivo ao vivo*. Rio de Janeiro: Imago, 2000.

PIRES, Giovani De Lorenzi. Breve introdução ao estudo dos processos de apropriação social do fenômeno esporte. *Revista da Educação Física/UEM*, n. 9, p. 25-34, dez., 1998.

_____. Globalização, cultura esportiva e educação física. *Motrivivência*, n. 10, p. 26-43, dez., 1997.

PIRES, Giovani de Lorenzi; GONÇALVES, Aguinaldo; PADOVANI, Carlos Roberto. Recepção à mídia esportiva entre acadêmicos de educação física da UFSC: estudo sobre opiniões conforme posição na estrutura curricular. *XI CONBRACE/Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 21, n. 1, p. 388-394, set., 1999-a.

_____. Estudo sobre a mediação institucional "formação profissional" na recepção à mídia esportiva entre acadêmicos da UFSC. *51ª. Reunião Anual da SBPC*. Porto Alegre, jul., 1999-b (Anais/CD Rom).

PIRES, Giovani; MATIELLO Jr., Edgard; GONÇALVES, Aguinaldo. Alguns olhares sobre aplicações do conceito de qualidade de vida em educação física/ciências do esporte. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 20, n. 1, p. 53-57, set., 1998.

PIRES, Giovani; MATIELLO Jr., Edgard; GONÇALVES, Aguinaldo. Lazer: um princípio educativo para a Educação Física curricular universitária. *Movimento*, n.11, p. 74-83, 1999/2.

PIRES, Giovani; ROCHA, Julio César S. (orgs.) *Educação física: produzindo conhecimento na relação universidade-escola*. Florianópolis: NEPEF/UFSC, 1997.

PORTO, Tânia M. Esperon. Educação para a mídia/pedagogia da comunicação: caminhos e desafios. In: PENTEADO, Heloísa D. (org.). *Pedagogia da comunicação: teorias e práticas*. São Paulo: Cortez, 1998.

POZZI, Luiz Fernando. Reflexões sobre o futebol empresa no Brasil. In: COSTA, Marcia Regina; FLORENZANO, José Paulo; QUINTILHO, Elizabeth; D'ALLEVEDO, Silvia C.; SANTOS, Marco Antonio (orgs.). *Futebol: espetáculo do século*. São Paulo: Musa, 1999.

PRONI, Marcelo W. Futebol empresa. In: COSTA, Marcia Regina; FLORENZANO, José Paulo; QUINTILHO, Elizabeth; D'ALLEVEDO, Silvia C.; SANTOS, Marco Antonio (orgs.). *Futebol: espetáculo do século*. São Paulo: Musa, 1999.

PRIOLLI, Gabriel. Os donos da bola. *Gazeta Mercantil*, p.11, 8-10/jan./1999.

PUCCI, Bruno. Teoria Crítica e Educação. In: _____ (org.). *Teoria crítica e educação*. Petrópolis: Vozes; São Carlos: UFSCar, 1995.

_____. A teoria da semicultura e suas contribuições para a teoria crítica da educação. In: ZUIN, ANTONIO A.S.; PUCCI, Bruno; RAMOS DE OLIVEIRA, Newton. (orgs.). *A educação danificada: contribuições à teoria crítica da educação*. Petrópolis: Vozes; São Carlos: UFSCar, 1998.

PUTERMAN, Paulo. *Indústria cultural: a agonia de um conceito*. Rio de Janeiro: Perspectiva, 1994.

QUINT, Fernanda; MATIELLO Jr., Edgard. O gosto amargo do exercício como remédio das pedagogias do medo e da culpa. XI CONBRACE, *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 21, n. 1, p. 867-872, set., 1999.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Presença, 1994.

ROUANET, Paulo Sérgio. *As razões do iluminismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

_____. A morte e o renascimento das utopias. *Folha de São Paulo*, Caderno Mais, p.15-17, 25/jun./2000.

RUBIM, Antonio Albino C. Dos poderes dos *media*: comunicação, sociabilidade e política. In: FAUSTO NETO, Antonio; BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). *Brasil: comunicação, cultura e política*. Rio de Janeiro: Compós/Diadorim, 1994.

SANTIN, Silvino. *Educação física: ética, estética, saúde*. Porto Alegre: EST, 1995.

SANTOS, Joel Rufino. Código, padrão e respeito. In: COSTA, Marcia Regina; FLORENZANO, José Paulo; QUINTILHO, Elizabeth; D'ALLEVEDO, Silvia C.; SANTOS, Marco Antonio (orgs.). *Futebol: espetáculo do século*. São Paulo: Musa, 1999.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2.000.

SCHAFF, Adam. *A sociedade informática*. São Paulo: Ed.UNESP/Brasiliense, 1990.

SCHÄFER, Karl-Hermann; SCHALLER, Klaus. *Ciência educadora crítica e didática comunicativa*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1982.

SCHMIED-KOWARZIK, Wolfdietrich. *Pedagogia dialética: de Aristóteles a Paulo Freire*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SÉRGIO, Manuel. *Educação física ou ciência da motricidade humana?* Campinas: Papirus, 1993.

_____. Motricidade humana: uma autonomia disciplinar. *Discorpo*, n. 6, p. 45-77, jan.-jun., 1996.

SIEBENEICHLER, Flávio Beno. *Jurgen Habermas: razão comunicativa e emancipação*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.

SILVA, Maria Ozanira da Silva e. *Refletindo a pesquisa participante*. São Paulo: Cortez, 1986.

SILVA, Maurício Roberto. Democratização dos espaços urbanos para o lazer na cidade de Florianópolis. *Motrivivência*, n. 5/6/7, p. 208-217, 1994.

SIMSON, Vyv et JENNINGS, Andrew. *Os senhores dos anéis: poder, dinheiro e drogas nas olimpíadas modernas*. São Paulo: Best Seller/Círculo do Livro, 1992.

SOARES, Carmen Lúcia. *Educação física: raízes européias e Brasil*. Campinas: Autores Associados, 1994.

SODRÉ, Muniz. O discurso da nova barbárie. In: MORAES, Dênis de (org.). *Globalização, mídia e cultura contemporânea*. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

SÓCIO do Corinthians coleciona times. *Folha de São Paulo*, Caderno de Esporte, p. 4-5, 08/8/1999.

SOUSA, Mauro Wilton. Recepção e comunicação: a busca do sujeito. In: _____ (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: ECA/USP, Brasiliense, 1995.

SOUZA E SILVA, Rossana Valéria. *Pesquisa em educação física: determinações históricas e implicações epistemológicas*. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1997, 279 p. Tese (Doutorado em Educação), Faculdade de Educação – Unicamp.

STEIN, Ernildo. *Epistemologia e crítica da modernidade*. Ijuí, UNIJUÍ, 1991.

STUART DA SILVA, Anelise. Espaços urbanos públicos de lazer do município de Florianópolis: o que pensam seus administradores. *XVIII Simpósio Nacional de Educação Física*, Pelotas: p.219-225, novembro/1999 (Anais).

TAFFAREL, Celi Nelza Zulke. Formação inicial e continuada e produção de conhecimentos científicos na área de Educação Física & Esporte no Nordeste do Brasil: um estudo a partir da UFPe. Goiânia/GO, X *CONBRACE*, p. 861-871, out.,1997 (Anais).

TANI, Go. Cinesiologia, educação física e esporte: ordem emanente do caos na estrutura acadêmica. *Motus Corporis*, v. 3, n. 2, p. 9-50, dez., 1996.

THIOLLENT, Michel. Notas para o debate sobre pesquisa-ação. In: BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org.). *Repensando a pesquisa participante*, 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

_____. *Metodologia da pesquisa-ação*, 6. ed. São Paulo: Cortez, 1994.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 1995.

TREBELS, Andreas H. Playdoyer para um diálogo entre teorias do movimento humano e teorias do movimento no esporte. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 13, n. 3, p. 338-344, jun.,1992.

_____. *Movimentar-se: aprender e ensinar*. Santa Maria/UFMS, Seminário Brasileiro em Pedagogia do Esporte, p. 135-156, setembro/1998 (Anais).

TUBINO, Manoel José Gomes. *Dimensões sociais do esporte*. São Paulo: Cortez/Autores Associados, 1992.

VASCONCELLOS, Gilberto F. *Nikeonalismo da bola na rede*. Folha de São Paulo, Caderno de Esporte, p.2., 22/5/98.

VAZ, Alexandre F. Na constelação da destrutividade: o tema do esporte em Theodor W. Adorno e Max Horkheimer. *Motus Corporis*, v. 7, n. 1, p. 65-108, maio/2000.

VILAVERDE, Sandoval M. *Da natureza do espaço ao espaço da natureza: reflexões sobre a relação corpo-natureza em parques públicos urbanos*. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1999. Dissertação (Mestrado em Educação Física), Faculdade de Educação Física – Unicamp.

VIRILIO, Paul. *A arte do motor*. São Paulo: Liberdade, 1996.

VEJA o que a CBF entregou à Nike. *Folha de São Paulo*, Caderno de Esportes, p.1, 19/11/2000.

WALLERSTEIN, Immanuel. A cultura como campo de batalha ideológico do sistema mundial moderno. In: FEATHERSTONE, Mike (org.). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994.

ZUIN, Antonio Álvaro Soares. *Indústria cultural e educação: o novo canto da sereia*. Campinas: Autores Associados/FAPESP, 1999.

ANEXOS

ANEXO 1
Solicitação e Programa
proposto para alteração da disciplina

Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Desportos - Departamento de Educação Física

Solicitação de Alteração de Programa de Disciplina Optativa
(Pedagogia do Esporte– RPD 5155)
oferecida ao Curso de Licenciatura em Educação Física

- JUSTIFICATIVA -

Senhor Presidente do Colegiado de Graduação em Educação Física/UFSC:

Na economia globalizada, os bens culturais tornam-se espetáculo com características tendencialmente homogêneas a fim de serem consumidos na forma de *mercadoria simbólica*, através da decisiva participação da indústria da comunicação de massa. Assim acontece com o *esporte*, envolvendo milhões de pessoas no mundo inteiro e produzindo negócios de somas elevadíssimas de recursos. Por sua íntima relação com a Educação Física, enquanto um dos seus objetos de estudo e tema de intervenção prática, o esporte tem os profissionais desta área como autênticos “mediadores” da sua recepção/apropriação/utilização entre parcela expressiva da sociedade, pela via da ação pedagógica escolar e extra-escolar.

Ao se perspectivar uma *educação para a mídia* orientada no esclarecimento e na autonomia, o preparo do cidadão para consumo crítico e seletivo da *cultura esportiva* desponta como mais uma tarefa do profissional de Educação Física/Esporte, para o que deve ele estar também instrumentalizado. Todavia, isto parece ainda não merecer o necessário espaço na *formação acadêmica* no Brasil. Salvo algumas poucas ações localizadas em instituições universitárias, pouco se tem feito para sanar esta importante lacuna na formação em Educação Física.

Neste sentido, entende-se válida a alteração do programa de ensino da disciplina Pedagogia do Esporte, a fim de adequá-la ao perfil perspectivado para o egresso do curso da graduação em Educação Física da UFSC, enquanto profissional contextualizado e transformador da sua realidade social. Para contribuir na análise do mérito deste pleito, além da sugestão de programa de ensino, anexa-se também ao presente processo texto a respeito da temática e que poderá servir de subsídio para orientar o respectivo plano de ensino.

Nestes termos, pede deferimento.

Florianópolis, agosto/98.

Giovani De Lorenzi Pires
Prof.Assist. DEF/CDS/UFSC

Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Desportos - Departamento de Educação Física
Colegiado do Curso de Graduação em Educação Física

**PROGRAMA DE ENSINO SUGERIDO (APROVADO)
DE DISCIPLINA OPTATIVA AO CURSO DE
GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO FÍSICA**

1. IDENTIFICAÇÃO:

Disciplina: ***RPD 5155 - PEDAGOGIA DO ESPORTE***

Carga Horária: 54 horas

2. EMENTA: *o esporte moderno e sua interação com a mídia - a cultura esportiva mediatizada e o profissional de Educação Física - análise crítico-social da mídia esportiva como recurso didático para a intervenção pedagógica.*

3. OBJETIVOS:

3.1) Geral: proporcionar oportunidade sistematizada de produção/socialização de conhecimentos sobre as relações entre esporte e mídia aos acadêmicos de Educação Física, direcionados à sua formação e atuação profissional;

3.2) Específicos:

- a) delimitar e constituir base teórica preliminar para o estudo da relação *esporte-mídia* ;
- b) proceder investigações pedagógicas sobre tópicos temáticos, tendo a pesquisa como princípio educativo;
- c) produzir textos, audio-visuais e/ou propostas didático-metodológicas para o estudo do tema, visando intervenções pedagógicas no âmbito da Educação Física.

4. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Unidade I : estudo do desenvolvimento do esporte moderno e sua interação com a Educação Física e a indústria da comunicação de massa.

- a) *o surgimento do esporte moderno e sua evolução histórica;*
- b) *processos de apropriação social do esporte;*
- c) *pedagogização do esporte ou esportivização da Educação Física?*
- d) *a cultura esportiva na sociedade globalizada e a participação mídia;*

Unidade II : perspectivas teórico-metodológicas para análise crítico-social do esporte mediatizado.

- a) os conceitos de “indústria cultural”, “teoria da semicultura” e de “esclarecimento” aplicados ao estudo do esporte na cultura mundializada;
- b) os “estudos de recepção midiática” para identificação dos sentidos/significados construídos para o esporte;
- c) os “discursos midiáticos” enquanto texto/contexto de análise da relação esporte-mídia;

Unidade III : realização de investigações pedagógicas sobre o esporte mediatizado, para estudo/intervenção no âmbito da graduação em Educação Física.

- a) análises da cobertura esportiva na mídia e entre profissionais formadores, formandos e formados em Educação Física;
- b) planejamento/aplicação/avaliação de produção de materiais audiovisuais e/ou experiências de ensino em Educação Física, tendo a relação esporte-mídia como tema articulador.

Florianópolis, agosto de 1998.

5. BIBLIOGRAFIA:

- BRACHT, Valter. *Educação física e aprendizagem social*. Porto Alegre, Magister, 1992.
- _____. *Sociologia crítica do esporte: uma introdução*. Vitória, Ed.UFES, 1997.
- BETTI, Mauro. *Violência em campo: dinheiro, mídia e transgressão às regras no futebol espetáculo*. Ijuí, UNIJUÍ, 1997.
- BORDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro, Zahar, 1997.
- CARVALHO, Sérgio (org.) *Cadernos didáticos: comunicação, movimento e mídia na educação física*. Santa Maria, UFSM, 1993-96.
- DEMO, Pedro. *Pesquisa e construção do conhecimento*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1994.
- ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.
- ELIAS, Norbert. *A busca da excitação*. Lisboa, Difel, 1992.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis, Vozes, 1994.
- FEIO, Noronha. *Desporto e política*. Portugal, Compendium, 1978.
- HELAL, Ronaldo. *Passes e impasses: futebol e cultura de massa no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 1997.
- IANNI, Otávio. *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1995.
- KUNZ, Elenor. *Transformação didático-pedagógica do esporte*. Ijuí, UNIJUÍ, 1994.
- MORAES, Dênis de. (org.). *Globalização, mídia e cultura contemporânea*. Campo Grande, Letra Livre, 1997.
- ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo, Brasiliense, 1994.
- PUCCI, Bruno (org.). *A educação danificada: contribuições à teoria crítica da educação*. Petrópolis, São Carlos, Vozes, UFSCar, 1998.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação*. Lisboa, Presença, 1994.
- SIMSON, Vyv et JENNINGS, Andrew. *Os senhores dos anéis: poder, dinheiro e drogas nas olimpíadas modernas*. São Paulo, Best Seller/Círculo do Livro, 1992.
- SOUSA, Mauro Wilton (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo, ECAS/USP, Brasiliense, 1995.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis, Vozes, 1995.

ANEXO 2

Protocolo de Sondagem: pesquisa de opinião entre os alunos sobre as relações Educação Física/Esporte e Mídia

Questão 1. *A associação do esporte com a mídia é benéfica para todos porque garante, em última análise, um espetáculo de qualidade para toda a população, independentemente de fatores como classe social ou condição econômica.*

() concordo (no todo ou em parte) () discordo (no todo ou em parte) () não sei ou tenho opinião formada

Justifique:

Questão 2. *A parceria que vem se estabelecendo crescentemente entre o esporte e empresas patrocinadoras, inclusive utilizando suas logomarcas associadas aos ídolos na mídia, permite a atletas, clubes e federações a sobrevivência e autonomia das instituições esportivas.*

() concordo (no todo ou em parte) () discordo (no todo ou em parte) () não sei ou tenho opinião formada

Justifique:

Questão 3. *A divulgação pela mídia das conquistas pessoais dos ídolos esportivos, normalmente de origem humilde, é importante para o aperfeiçoamento democrático da sociedade porque mostra a adolescentes e jovens que subir na hierarquia social depende do esforço de cada um.*

() concordo (no todo ou em parte) () discordo (no todo ou em parte) () não sei ou tenho opinião formada

Justifique:

Questão 4. *Embora apresentem ainda algumas semelhanças, Educação Física e o esporte-espetáculo oferecido pela mídia são hoje fenômenos cada vez mais dissociados e independentes.*

() concordo (no todo ou em parte) () discordo (no todo ou em parte) () não sei ou tenho opinião formada

Justifique:

Questão 5. *Ao profissional de Educação Física compete aproveitar ao máximo a divulgação do esporte pela mídia porque isso serve para incentivar a prática esportiva pelos cidadãos, em condições adequadas de materiais e instalações, em seu tempo livre.*

() concordo (no todo ou em parte) () discordo (no todo ou em parte) () não sei ou tenho opinião formada

Justifique:

Questão 6. *Outra contribuição que se espera do profissional de Educação Física é a denúncia do uso do esporte mediatizado para atender interesses ideológicos ou do mercado, como forma de livrar os alunos desta estratégia de dominação social.*

() concordo (no todo ou em parte) () discordo (no todo ou em parte) () não sei ou tenho opinião formada

Justifique:

ANEXO 3

Roteiro das questões das entrevistas com os alunos

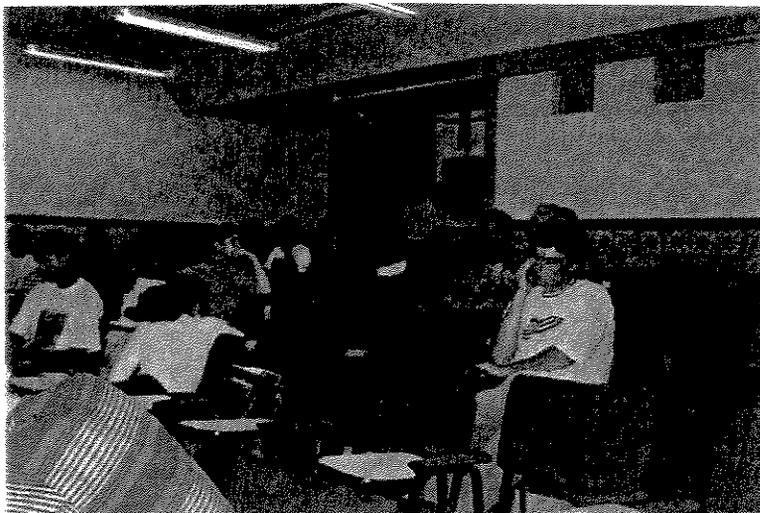
1. Percepção do atual papel da mídia na formação da opinião e na construção de saberes/fazeres sociais sobre esporte;
2. Reconhecimento da necessidade, possibilidades e finalidades de que o tema da mídia esportiva seja instituído na formação acadêmica do profissional de Educação Física;
3. A utilização da forma disciplinar para a inserção curricular da temática: opinião sobre possibilidades, limites, alternativas, interações;
4. A vivência desenvolvida na disciplina: avaliação dos avanços possibilitados por ela na leitura/interpretação da realidade do esporte mediado e das lacunas que permanecem;
5. Perspectivas de tematização da questão esporte/mídia nas futuras intervenções profissionais.

ANEXO 4

Registro de imagens da mesa-redonda

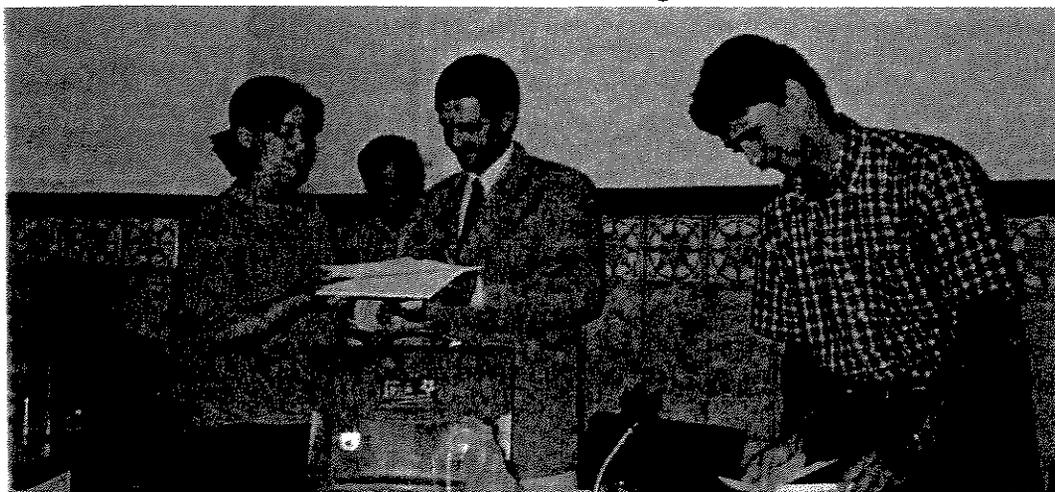


Vista parcial da plenária



Jornalistas participantes do evento

Homenagem da turma aos convidados



ANEXO 5

A produção coletiva: pesquisa realizada/socializada pela Turma

Cópia do Resumo de texto publicado na íntegra (Anais do XI CONBRACE)

GT3

FIGUEIRENSE X AVAÍ: O "CLÁSSICO DO SÉCULO" ESTUDO SOBRE MÍDIA E CULTURA ESPORTIVA EM FLORIANÓPOLIS¹

**Barbosa, G.B.; Gocks, A.P.K.; Machado, F.G.;
Passos, M.A.; Silva, A. S.; Soeiro, L.B., Torresini, E.²
Ferreira Filho, F.L.,³**

RESUMO: Estudo descritivo procedido coletivamente, como atividade didática de disciplina do curso de Educação Física (UFSC), tendo por objetivo apreender e refletir sobre o tratamento dado pelos órgãos florianopolitanos de comunicação de massa ao "clássico do século", entre Figueirense e Avaí, válido pela Copa do Brasil. Ao lado da descrição dos veículos acompanhados e do relato sobre o referido evento esportivo, apontam-se categorias de análise que foram possíveis extrair do material coletado: marketing do jogo, marketing dos clubes, "arranjo" do resultado e preferência dos comunicadores. A intenção da pesquisa deve-se ao entendimento de que o esporte-espetáculo, mediado pela imprensa, deve ser tematizado e transformado em conteúdo esclarecido/esclarecedor nas intervenções acadêmicas e profissionais da Educação Física, visando formação de consumidores seletivos e críticos deste bem cultural tecnologicamente disponibilizado.

Unitermos: Educação Física - Esporte-espetáculo - Mídia Esportiva

1. Introdução

Embora ainda não tenha alcançado, no cenário nacional, os mesmos feitos e louros conquistados por equipes de outros Estados, Santa Catarina também faz e torce muito pelo futebol. Da mesma forma, diferentemente de alguns outros Estados, não se concentram apenas na capital os principais e melhores times. Todavia, os dois maiores clubes de Florianópolis mantêm-se em evidência, graças a um conjunto de fatores em que se ressalta o empenho quase amadorístico de seus dirigentes, mas que tem sobretudo na paixão e consequente rivalidade clubística seu principal motor.

¹ Pesquisa realizada como atividade didática da disciplina RPD 5155 (Pedagogia do Esporte), turma 98.2, do curso de graduação em Educação Física da UFSC.

² Acadêmicos do curso de graduação em Educação Física da UFSC
Licenciado em Educação Física pela UFSC.

ANEXO 6

A Análise da Mídia ... na Mídia

Cópia de parte da coluna do Jorn. Cacau Menezes (Jornal Diário Catarinense)

Baima
consultoria & comunicação

Veículo: Diário Catarinense

Data: 09/09/1999

Editoria: Cacau Menezes

Página: 55

CACAU MENEZES

Espiando a mídia

Alunos do curso de Educação Física da Ufsc fizeram um estudo inédito sobre a mídia e cultura esportiva em Florianópolis. E o evento escolhido para a análise foi o clássico Figueirense e Avaí, disputado em março. Os estudantes acompanharam o noticiário esportivo de duas rádios, três jornais e duas emissoras de TV durante os dias que antecederam e sucederam o clássico. Algumas constatações interessantes: o marketing em cima do "clássico do século"; a preferência dos comunicadores, comentaristas e jor-

nalistas pelo Avaí (os alunos perceberam a preferência na linguagem usada, no número de citações do time, no tempo que o time ocupava na mídia) e, finalmente, a certeza de que haveria um segundo jogo para a disputa do clássico, quando o resultado do primeiro ainda era uma incógnita. Que patrulha, hein?

□ As conclusões do trabalho serão apresentadas no XI Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte - Conbrace, que começa neste domingo, no CentroSul, em Floripa. A terra do Avaí.