

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA

PAULO HENRIQUE DE SOUZA CAVALCANTE

**SPORT FOR ALL: uma
possibilidade de democratização
do esporte (?)**

Campinas
2010

PAULO HENRIQUE DE SOUZA CAVALCANTE

**SPORT FOR ALL: uma
possibilidade de democratização
do esporte(?)**

Trabalho de Conclusão de Curso
(Graduação) apresentado à Faculdade
de Educação Física da Universidade
Estadual de Campinas para obtenção
do título de Licenciado em Educação
Física.

Campinas
2010

PAULO HENRIQUE DE SOUZA CAVALCANTE

**SPORT FOR ALL: uma possibilidade de
democratização do esporte(?)**

Este exemplar corresponde à redação final do Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) defendido por Paulo Henrique de Souza Cavalcante e aprovado pela Comissão julgadora em: 06/12/2010.

Silvia Cristina Franco Amaral
Orientadora

Lino Castellani Filho

Campinas
2010

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA
PELA BIBLIOTECA FEF – UNICAMP**

C314s

Cavalcante, Paulo Henrique de Souza.

Sport for all: uma possibilidade de democratização do esporte(?) /
Paulo Henrique de Souza Cavalcante. - Campinas, SP: [s.n], 2010.

Orientador: Silvia Cristina Franco Amaral.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Faculdade de
Educação Física, Universidade Estadual de Campinas.

1. Esportes. 2. Democratização. 3. Políticas Públicas I. Amaral, Silvia
Cristina Franco. II. Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de
Educação Física. III. Título.

asm/fe

Título em inglês: Sport for all: possibility of a democratization of Sport(?).

Palavras-chaves em inglês (Keywords): Sport for all. Democratization. DGI. EPT.

Data da defesa: 06/12/2010.

Feche a porta, mude o disco, limpe a casa,
sacuda a poeira. Deixe de ser quem era, e se transforme
em quem é. Torna-te uma pessoa melhor e assegura-te de
que sabes bem quem és tu próprio, antes de conheceres
alguém e de esperares que ele veja quem tu és..

E lembra-te: tudo o que chega, chega sempre por
alguma razão

Fernando Pessoa

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Unicamp, a FEF, ao Serviço de Apoio ao Estudante, que nestes 5 anos possibilitaram, dentro de suas limitações, espaço, apoio, fomento, a minha formação profissional, pessoal e intelectual, não que estas estejam separadas. Agradeço a todos funcionários aos quais muitos não sei nome, desde os terceirizados do bandeirão e da limpeza, aos vigilantes do campo que muitas vezes não me permitiram entrar no campus com meu carro em dias de festa, aos bibliotecários, secretários, ao Tião, Seu Wilson, Geraldinho, Dona Ana, Dulce, Felipe, Beeroth, Warley, Helinho, Renata, Frigo, muito obrigado.

A todos os professores do IB, Educação, IA, IFCH, IEL, IQ, IMECC, aos quais tive contato nestes anos, e aos professores da FEF, que de uma forma ou de outra, contribuíram para minha formação. Em especial cito: Elaine, Marquinhos, Beth, Mara Patricia, Jocimar, Carminha, Vera, Pedro, Gorla, Sérgio Cunha, Heloisa Reis, Cláudio Gobatto, Rafa Madureira, Vinícius Terra, Nana, Gutierrez, e o Lino, que muito solicito aceitou fazer parte de minha banca, muito obrigado.

Não poderia deixar agradecer a você, minha orientadora, mãe acadêmica, ao qual ri, discuti, construí, idealizei, desabafei, sumi! Muito obrigado Sílvia, por todo apoio, sinceridade, confiança, por estes 3 anos juntos.

Ao GGU, grupo ginástico, ao qual luto, defendo! Obrigado pelos momentos de palco, de ensaios, de criação, de ginásticas, de oficinas, de conhecimento! Pelos amigos e companheiros que no grupo conheci, aos momentos de confraternização, a todo dog e cerveja pós treino, a Colômbia, a Dinamarca, a Maringa, aos Fóruns... Obrigado pelas oportunidades que me abriu e ofereceu, a conhecer a ISCA e o DGI.

Agradeço a AAAAFB, pela experiência que me proporcionou, em desafiar a lógica do esporte universitário, em conhecer pessoas maravilhosas, que pude conviver em reuniões, viagens, planejamentos, festas!

A minha sala, 06 diurno, e todos as outras salas que estive junto! Obrigado amigos e colegas da facu, por dividirem muitos dos momentos na FEF e fora dela, a todos que moraram comigo na Zumbi, aos agregados desta república, aos amigos do vôlei, do samba, vocês fizeram alegria nestes anos!

Não posso deixar de citar alguns nomes, Rebs (companhia indispensável!), Ro (irmão!), Ale, Carolzinha (irmã!), Pedro, Pintor, Aninha, Michele, Vanessa, Natis, Luizinho, Tathão, Tuti, Miss, Livia, Mau, Bia, Luana, Vivi, Marilia, Fernandinha, Bia, Sol, amo todxs vocês!

Agradeço pela militância construída, a Greve de 2007, ao ENUDS, nas representações discentes, que foram marcos em minha atuação na Universidade e na Sociedade, além de marcos em minha história de luta.

Por fim, a minha família, Mãe e Vó, vocês são minha essência!

Obrigado a todos que sempre me apoiaram e acreditaram!

Cavalcante, Paulo Henrique de Souza. **Sport for all**: uma possibilidade de democratização do esporte (?). 2010. 49f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010.

RESUMO

Através de uma experiência de intercâmbio para Dinamarca, em que vivenciei uma cultura do Sport for all, alguns questionamentos nasceram e me motivaram a querer investigar esta cultura esportiva. O movimento Sport for all surgiu na Noruega no ano de 1967. A iniciativa norueguesa para este novo olhar sobre como administrar e possibilitar o acesso ao esporte, despertou o interesse em outros países europeus, dando origem ao primeiro encontro internacional para a discussão do assunto, ainda em 1967, na Alemanha. Representantes da Noruega, Suécia, Bélgica e Alemanha discutiram pela primeira vez as possibilidades de implantação de programas dentro desta nova filosofia de prática esportiva, que se estava desenvolvendo. A partir deste encontro, o movimento Sport for all se expandiu pela Europa, atingindo também Canadá e Estados Unidos. Naquele momento o movimento se espalhou, ganhando adeptos que começaram a incorpora-lo, pensa-lo e construí-lo de diferentes formas, conforme as particularidades locais de cada país, também se expandindo para países do mundo todo. Neste estudo, analiso quatro exemplos do movimento Sport for All, procurando o que lhes é comum, e também me aproprio da concepção da Associação de ginástica e Esportes da Dinamarca (DGI), para pensar o esporte em uma perspectiva democrática de acesso. A investigação foi realizada por meio de uma revisão bibliográfica sobre o que já foi publicado sobre o tema, e para análise do DGI, utilizei como fontes documentos pessoais e o site do DGI. A pesquisa mostra que a mídia e propaganda são ferramentas utilizadas pelos governos para difundirem os ideais do movimento Sport for all nas quatro campanhas analisadas, e para tal compreensão e análise deste fenômeno, me aproprio do conceito de Indústria Cultural de Adorno. O que é utilizado para justificar a implementação da nova política e filosofia esportiva adotada, são os benefícios que a atividade física, o esporte ou qualquer prática corporal, trazem para saúde e bem-estar do coletivo, mais o qual a responsabilidade é do indivíduo em buscar e controlar tais benefícios.

Palavras-Chaves: Esporte para todos. Democratização. DGI. EPT.

Cavalcante, Paulo Henrique de Souza. **Sport for all**: possibility of a democratization of Sport(?). 2010. 49f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010.

ABSTRACT

Through an experience of study exchange to Denmark, where I experienced a culture of Sport for all, some questions were born and motivated me to want to investigate this sporting culture. The Sport for All movement has emerged in Norway in 1967. The Norwegian initiative for this new look at how to manage and provide access to the sport, sparked interest in other European countries, giving rise to the first international meeting to discuss the matter further in 1967 in Germany. Representatives from Norway, Sweden, Belgium and Germany for the first time discussed the possibility of implementing programs within this new philosophy of playing sports, that was developing. From this meeting, the Sport for All movement has expanded across Europe, also reaching the United States and Canada. At that time the movement spread, gaining supporters who began to incorporate it, think it, and build it in different ways, depending on the particularities of each country, also expanding to countries around the world. In this study, we analyze four examples of the Sport for All movement, seeking what is common to them, and also I me appropriate the conception of Gymnastics and Sports Association of Denmark (DGI), to think the sport in a democratic perspective of access. The investigation was conducted through a literature review on what has been published on the subject, and for analysis of the DGI, I used as sources of personal documents and the site DGI. The Research shows that media and publicity, are tools used by governments to spread the ideals of Sport for All movement in the four campaigns studied, for such understanding and analysis of this phenomenon, I me appropriate to the concept of Adorno's Culture Industry. What is used to justify the implementation of the new political and sports philosophy adopted, are the benefits that physical activity, sport or corporal practice to bring health and welfare of the collective over which is the responsibility of the individual seek and manage such benefits.

Keywords: Sport for all. Democratization. DGI. EPT.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

BLOSO	de Educação Física, Esporte e Recreação ao ar livre.
CELAFISCS	Centros de Estudos do Laboratório de Aptidão Física de São Caetano do Sul
DDG	Ginástica Dinamarquesa
DDGU	Ginástica e Juventude Dinamarquesa
DDSG & I	Desportos e Tiro Dinamarquesa
DDU	Dinamarquesa da Juventude
DED	Departamento de Educação Física e Desportos
DFIF	Federação Dinamarquesa de Companhias Esportivas
DGI	Associação de Esporte e Ginástica Dinamarquesa
DIF	Confederação de Esportes e Comitê Olímpico Dinamarquês
EPT	Esporte para Todos
FEF	Faculdade de Educação Física
GGU	Grupo Ginástico Unicamp
MEC	Ministério da Educação
MOBRAL	Movimento Brasileiro de Alfabetização
SEED	Secretaria de Educação e Desportos
SESC	Serviço Social do Comércio
SUEPT	Subsecretaria de Esporte Para Todos
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas

SUMÁRIO

1	Introdução	13
2	Movimento Sport for All.....	17
2.1	Campanha TRIMMY – Alemanha.....	19
2.2	O Bienal Esportivo – Bélgica	22
2.3	Particip Action – Canadá	24
2.4	EPT – Brasil	27
3	O Mito	33
4	DGI	37
4.1	Danske Gymnastik og Idrætsforeninger	37
4.2	Esporte... práticas corporais	41
	Considerações Finais	45
	Referências	47

1 Introdução

A origem do movimento Sport for all¹ é retratada em diversos trabalhos publicados nas décadas de 70 e 80 do último século. O movimento Sport for all surgiu na Noruega no ano de 1967, tendo como seu idealizador PER HAUGE-MOE (Valente, 1993). A iniciativa norueguesa despertou o interesse em outros países europeus, dando origem ao primeiro encontro internacional para a discussão do assunto, ainda em 1967, na Alemanha. Representantes da Noruega, Suécia, Bélgica e Alemanha discutiram pela primeira vez as possibilidades de implantação de programas dentro da nova filosofia de prática esportiva, que se estava desenvolvendo (Pereira da Costa, 1981, apud Cavalcanti, 1984). A partir deste encontro, o movimento Sport for all se expandiu pela Europa, atingindo também Canadá e Estados Unidos (Conrad, 1979; McKerracher, 1977; Palm, 1977; Sevelius, 1977, apud Cavalcanti, 1984).

Quando se observa o desenvolvimento do movimento em países desde a sua origem, há poucos trabalhos e publicações sobre o tema. Os referenciais são antigos e as fontes são singulares. No ano de 1977, há uma edição especial sobre o Sport For All da Revista Brasileira de Educação Física e Desportos, com textos sobre o movimento na Bélgica, Canadá, Suécia, Finlândia e Noruega (MEC, 1977) e, em 2002 é lançado o livro “Worldwide experiences and trends in Sport for all”, organizado por Lamartine Pereira da Costa e Ana Miragaya, que trás relatos do desenvolvimento do Sport for all, em 36 países dos 5 continentes.

Já quando se observa o movimento no Brasil, é possível encontrar diversos trabalhos sobre o tema, consolidando-o no campo de estudos da Educação Física e dos Esportes, e possibilitando assim, um avanço na análise das políticas públicas de esporte no Brasil. Cito abaixo alguns destes trabalhos, encontrados ao fazer uma revisão bibliográfica sobre o tema, pesquisando nos periódicos mais recorrentes da área e nos acervos de publicações e livros da Unicamp e USP, buscando através das palavras e siglas EPT, Esporte para todos, Sport for all, Democratização do Esporte.

¹ Utilizarei do termo Sport for All para me designar a especificidade dos ideais deste movimento mundial. Não usarei a tradução Esporte para Todos, pois nos remete ao movimento EPT, que tem uma conotação no meio acadêmico e político já estabelecida, que carrega consigo ideais políticos, partidários e de grande crítica, ao qual não me refiro como minha proposta de se pensar à democratização do esporte.

- 1977 – Revista Brasileira de Educação Física e Desportos: “Implantação e desenvolvimento campanha Esporte Para Todos no Brasil.” Lamartine Pereira DaCosta.
- 1978 – Esporte para Todos. Departamento de Desportos e Educação Física do MEC. Lamartine Pereira DaCosta.
- 1981 – Revista Comunidade Esportiva, v. 15. Sport for All in Brazil. Lamartine Pereira DaCosta.
- 1982 – Revista Brasileira de Educação Física e Desportos: “Esporte para Todos: uma nova maneira de pensar a Educação Física” SEED-MEC
- 1983 – Fundamentos do Esporte Para Todos. MEC - Secretaria de Educação Física e Desportos. Lamartine Pereira DaCosta.
- 1984 – Livro: “Esporte Para Todos: um discurso ideológico.” Kátia Brandão Cavalcanti.
- 1984 – Revista SPRINT: “O Esporte Para Todos e o direito a crítica.” Nelson Mello e Souza.
- 1984 – Revista Corpo e Movimento v. 2: Esporte para Todos: crítica ou autocrítica? Lamartine Pereira DaCosta.
- 1985 – TCC: Esporte... "para todos": conceitos e preconceitos. Edson Francisco Valente.
- 1986 – Revista Comunidade Esportiva: “Esporte para todos – em busca de uma nova filosofia do esporte.” Celi Taffarel.
- 1993 – Dissertação: “Perspectivas Históricas do Movimento Esporte Para Todos no Brasil.” Edison Francisco Valente.
- 1996 – Tese: “Esporte para todos: a desescolarização da educação física e do esporte e o universalismo olímpico.” Edison Francisco Valente.
- 1997 – Livro: “Esporte... Para todos?”. Edison Francisco Valente.
- 1998 – Revista Conexões: “Relação Histórica entre o Esporte Para Todos e o Movimento Olímpico” v. 1, p. 65-73. Edison Francisco Valente.
- 2003 – Atlas da Educação Física, Esportes e lazer do Brasil: “Cronologia Histórico-Geográfica do Esporte Para Todos no Brasil”. Edison Francisco Valente.
- 2009 – Capítulo de Livro: O esporte brasileiro em tempo de exceção: sob a égide da Ditadura (1964-1985). Marcus Aurélio Taborda de Oliveira.

2009 – Revista de História do Esporte – O Esporte para todos: “popularização” do lazer e da recreação. Sérgio Teixeira.

Em trinta anos de trabalhos publicados, o ETP é pesquisado, apresentado, discutido, criticado e também negligenciado em muitos espaços. O que me chama mais atenção quando penso no EPT é, ter passado por minha graduação inteira, e não ter estudado este movimento em nenhuma disciplina. Penso que é um movimento importante para discutir as políticas públicas de esporte e lazer no Brasil, como também as diferentes manifestações do fenômeno esporte em nossa sociedade, que esta além do esporte como prática institucionalizadas propriamente dita, mas como manifestações corporais sistematizadas em geral.

Aproximo-me do movimento Sport for all, quando integro um grupo que se manifesta, e busca em sua prática, possibilitar a prática da ginástica para todos. O Grupo Ginástico da Unicamp (GGU) então me apresenta uma forma de se pensar o “esporte” sob outro viés, que não o competitivo. Ainda através do GGU e das relações, que por fazer parte deste grupo, me são possibilitadas, em 2008 participei do programa de formação “International Sport Leader Education”². Através de um intercâmbio para Dinamarca, estive em contato com uma nova manifestação do “esporte”.

Na Dinamarca me aproximei do o DGI (Danske Gymnastik og Idrætsforeninger³). O DGI é uma das três organizações que compõem o sistema esportivo dinamarquês. Deparar-me com esta nova forma de organização e sistematização do esporte em um país, me chamou a atenção, e me instigou a começar minha pesquisa, que resultou neste trabalho.

Proponho-me então, nas próximas páginas, trazer a manifestação e estruturação do movimento Sport for all em quatro países, Alemanha, Bélgica, Canadá e Brasil, dos quais encontrei fontes que indicam o começo e as perspectivas do movimento atualmente. A partir deste histórico, estabeleço uma discussão de como o movimento ocorreu, e quais as possibilidades de pensar uma prática de “esporte” para todos.

Partindo da pesquisa bibliográfica do que já foi publicado na área sobre o tema, citado anteriormente, a pesquisa busca apresentar o conhecimento disponível e utilizá-lo como instrumento auxiliar para a construção e fundamentação deste trabalho. Assim, me

² Tradução: Educação Internacional de Líderes Esportivos. (do autor)

³ Tradução: Associação de Ginástica e Esportes Dinamarquesa. (do autor)

utilizo de fontes secundárias, que me guiam para a compreensão do movimento Sport for all, e de uma possibilidade de se pensar a democratização do esporte.

No primeiro capítulo apresento a origem do movimento na Noruega, e analiso as campanhas Trimmy na Alemanha, Bienal Esportivo na Bélgica, Particip Action no Canadá e o EPT no Brasil. No segundo capítulo é abordado o que as campanhas apresentam em comum, a mídia e os ideais de saúde coletiva e atividade física. O terceiro capítulo trás o DGI, como possibilidade de se pensar uma política para a democratização do esporte.

2 O movimento Sport for all

O movimento “Sport for all” surgiu na Noruega no ano de 1967, tendo como seu idealizador PER HAUGE-MOE (Valente, 1993). Na época em que foi lançado na Noruega, o movimento era realizado em programas planejados de cinco em cinco anos. O primeiro programa desenvolvido foi a campanha TRIMM, que foi divulgada regionalmente em vinte lugares diferentes espalhados pela Noruega, e partilhava duas idéias principais.

A primeira idéia principal foi a venda de atividades esportivas ao público através dos clubes. Este material vendido consistia em quatro esportes conjugados, acompanhados de fichas, descontos para compra de equipamentos, descrição dos conteúdos, anúncios de jornais, folhetos e cartazes da campanha. A segunda idéia consistia em como todo o trabalho deveria ser organizado em cada local, disponibilizando material para sua divulgação seja pela televisão, seja por material gráfico.

Os meios de comunicação assumem um grande papel fundamental na promoção da campanha TRIMM na Noruega, e conseqüentemente do movimento Sport for All. A campanha utiliza dos meios de comunicação para sua divulgação e discussão de práticas esportivas, espaços e organizações para as mesmas, em âmbito local. Foi realizado um planejamento que visava o tipo de material a ser utilizado em cada meio de comunicação específico e em que seqüência este material deveria ser apresentado. Foram definidos como meio de comunicação de massa: a TV, a imprensa diária e o rádio.

Per Hauge-Moe (1977), afirma que os meios de comunicação de massa são parceiros na promoção de esportes, mas que não são os únicos parceiros e que não devem assumir o trabalho e nem orientar a tarefa realizadas pela campanha. Isto porque, em cada um dos vinte lugares diferentes em que a campanha foi implantada, a imprensa local era assessorada pelo comitê do distrito esportivo e alguns clubes esportivos locais. Esta preocupação com o local se deu porque foi entendido pela campanha, que cada local tem sua especificidade quanto a espaços e recursos para determinadas práticas, como também o desenvolvimento de cada área, como vales, montanhas, pequenas vilas de pescadores, distritos suburbanos e centros industriais se dá de maneira e com objetivos diferentes.

A importância de como a relação com a campanha TRIMM e os meios de comunicação se deu, foi ainda salientado por Per Hauge-Moe (1977, p.77), dizia ele: “não

devemos chamar à atenção da imprensa idéias efêmeras⁴ e não fundamentadas”, e todo o trabalho básico se torna decisivo muito antes dos meios de comunicação começarem sua tarefa, dentro do papel de disseminar o esporte como possibilidade para a população. Também os meios de comunicação trabalham com a informação no hoje, e a campanha começa com o pressuposto de obter resultados a longo prazo, e desenvolver pesquisas com as populações dos vinte locais iniciais de implementação da campanha, para avaliação dos primeiro cinco anos, e de como vinha sendo trabalhado nas comunidades locais os projetos.

A iniciativa norueguesa para este novo olhar sobre como administrar e possibilitar o acesso ao esporte despertou o interesse em outros países europeus, dando origem ao primeiro encontro internacional para a discussão do assunto, ainda em 1967, na Alemanha. Representantes da Noruega, Suécia, Bélgica e Alemanha discutiram pela primeira vez as possibilidades de implantação de programas dentro da nova filosofia de prática esportiva, que se estava desenvolvendo (Palm, 1977, p.28). A partir deste encontro, o movimento “Sport for all” se expandiu pela Europa, atingindo também Canadá e Estados Unidos (Conrad, 1979; McKerracher, 1977; Palm, 1977; Sevelius, 1977, apud Cavalcanti, 1984).

A partir deste momento o movimento se espalou, ganhando adeptos que começam a incorporá-lo, pensá-lo e construí-lo de diferentes formas, conforme as particularidades locais de cada país. Alguns exemplos são: TRIMM (Noruega, Dinamarca e Holanda), TRIMMY (Alemanha e Islândia), BIENAL ESPORTIVO (Bélgica), CONTEMOS CONTIGO (Espanha), PARTICIP-ACTION (Canadá), FIT-AKTION (Áustria), SPORT POUR TOUS (França), DESPORTE POR TODOS ou DESPORTE PARA TODOS (Chile, Argentina, bem como grande parte dos países sul-americanos), LIFE. BE IN IT (Austrália), PHYSICAL FITNESS AND Sport (Estados Unidos da América) e ESPORTE PARA TODOS ou DESPORTO PARA TODOS (Portugal, Brasil e outros países de língua portuguesa).

A campanha TRIMM, na Noruega, serviu como modelo para o desenvolvimento do movimento Sport for all nos diversos países citados acima. Exemplificando como o movimento Sport for all foi se espalhando pelo mundo, e se desenvolvendo de formas diferentes formas desde sua origem em cada país, será apresentado

⁴ Aurélio: 1. Que dura um só dia. 2. De pouca duração; passageiro, transitório; “todas as formas se mudam, decaem e perecem ou se transformam, são todas efêmeras e caducas, ao passo que a idéia ou substância é sempre viva, verde e eternal.” (João Ribeiro, Páginas de Estética, p.87)

como o movimento se estruturou nas campanhas na Alemanha, na Bélgica, no Canadá e no Brasil.

2.1 A Campanha TRIMM – Alemanha

Para caracterizar como o movimento Sport for All ganhou forma na Alemanha, trago um trecho do texto de Jürgen Palm, extraído da revista brasileira de educação física e desportos de 1977, número 35, cuja edição é especial com o tema “esporte para todos”.

Ponha-se em Forma com Esporte é o slogan da campanha da Alemanha Federal. Trimmy é um personagem de cartoon que simboliza nossa campanha. A campanha começou em 16 de março de 1970. em três anos conquistou o país e agora é conhecida, virtualmente, por todos: 93% da população da Alemanha Federal. (p. 32)

A partir deste trecho, é possível entender como a campanha TRIMM se desenvolveu na Alemanha. O slogan da campanha, “Ponha-se em forma com Esporte” trás o esporte como possibilidade de bem estar, saúde e qualidade de vida, e um caminho para se chegar “a forma”. Esta mensagem que foi transmitida pelo slogan, vai se confirmando com os temas da campanha, que mudam a cada ano. Nos três anos iniciais os temas são: em 1970/71: “Corra de novo, ande de novo, ande de bicicleta novamente, esquie novamente. Esporte não é só para homens”; 1972: “Ponha-se em Forma depois do trabalho. Ponha-se em Forma nos fins de semana. Ponha-se me Forma durante as férias”; e em 1973, foram promovidos três temas: “Os fãs da aptidão estão na onda: Ponha-se em forma. Amor pela vida, atividade, aventura, experiência e entusiasmo”, “Ponha-se em Forma Amigo: os fãs da aptidão não estão sozinhos – contato, sociabilidade, amizade, família, vizinhos, colegas” e “Ponha-se em Forma Imagem: os fãs da aptidão são elegantes – reconhecimento, dão exemplo, vitalidade, juventude e perdem peso”.

“A Campanha Trimm traz duas qualidades essenciais relacionadas com a resposta do público: ela promove o maior crescimento na participação esportiva e proporcionou uma exemplar reformulação dos programas e das estruturas de esporte na

Alemanha” (DACOSTA; MIRAGAYA, 2002)⁵. O conceito de "Trimm Dich" foi apresentar esporte em um nível personalizado, simplificado, alegre, com seus benefícios acessíveis a partir de sua origem: o contato social, bem-estar físico e a experiência própria.

Todos os temas da campanha, incentivam a uma ação por parte da população. Os verbos estão na terceira pessoa do singular do imperativo, o que remete a uma ação particular de cada um. Esta ação é exemplificada por Trimmy, que é um cartoon⁶. Trimmy não é caracterizado como herói, e nem super herói, mas um cartoon que tem como características que são inerentes ao ser humano, como alegria, riso e otimismo. Também Trimmy pratica diversos esporte e atividades físicas, sendo assim, um personificador do homem/mulher que não é o atleta, mas mesmo assim pode praticar esportes.



Figura 1: Cartoon Trimmy TRIMM Dich # 5 Disponível em: <<http://www.geocaching.com/>>. Acesso em: 15 set. 2010.

Trimmy chega à população através dos meios de comunicação e de ações de programas de atividades físicas desenvolvidas pela campanha Trimm. Para divulgação são feitos anúncios impressos, cartazes, spots e brochuras. Já os programas de atividades físicas, são programas práticos como atividades para um público em massa (corridas, ciclismo, dança...) e a construção dos parques Trimm, que são “facilidades básicas para esporte no campo, para o bom uso das horas de lazer para toda a família” (PALM, 1977) que contém uma pista de corrida, quadra de exercícios, campos de jogos e a cabana Trimm, que é um lugar com abrigo, mudanças de roupa, refrescos e se possível, uma sauna. Todo o custo destes parques varia na época de 5.000 a 50.000 marcos.

⁵ Texto original em inglês: The Trimm Campaign brings up two essential qualities related to public response: (1) it promotes the biggest growth in sport participation and (2) gave the impulse for an exemplary reshaping of programs and structures of Sport in Germany. (Tradução Livre)

⁶ Desenho animado – Nota do autor.

A Campanha "Trimm Dich", oferece o esporte (recreativo) como uma solução para duas exigências da população e da política pós guerra: a promoção da saúde e lazer significativa. O esporte adquire uma nova imagem e um papel pessoal na vida da população. Para Palm (2002), o papel da Campanha Trimm foi de ser motivadora à prática de esportes, e os pontos de encontro para corrida atraíram centenas de milhares de corredores, estradas foram transformadas em campos desportivos, e os parques e praças possibilitaram uma nova qualidade urbana. Ainda o Dia do Desafio, foi introduzido da campanha Partic Action, do Canadá, a centenas de cidades e comunidades.

Palm (ibidem), em um estudo avaliando quarenta anos do processo iniciado com a campanha Trimm, afirma que o processo até agora não só revelou que a maioria da população pode ser motivada para começar a se exercitar e participar em atividades esportivas, mas também mostrou a capacidade de um sistema tradicional de aceitar grandes desafios e proceder a alterações significativas. Ainda aponta quatro desafios principais que devem ser norteadores após estes anos da campanha:

1. Aprender esporte para a vida na escola.
2. Participar com regularidade e competência.
3. Representar da nova maioria.
4. Cooperar com os prestadores qualificados.

Dois desafios são de intervenção direta na população, e os outros dois são os rumos para o sistema esportivo. A disposição de base para a participação ao longo da vida no esporte, é fornecido por uma política de intervenção da educação física em conjunto com as instituições que promovem e fomentam o Esporte para todos.

2.2 O Bienal Esportivo – Bélgica

A construção do movimento Sport for all na Bélgica se deu pela construção do esporte de massa, que foi caracterizado como um antídoto para a falta de movimento, a sociabilidade que as práticas possibilitam, o brincar apresentado como homo ludens e como

um elemento competitivo de superação de limites e desempenho e o diálogo entre ganhar e perder.

A partir desta caracterização do esporte de massa, ele foi pensado por iniciativas privadas e públicas como base na democratização do esporte para todas as camadas da população. O desenvolvimento se deu a partir da criação da semana de esportes, um evento de atividades ao ar livre, que ganhou corpo em 1970 e foi lançada uma campanha maior, o Bienal Esportivo 70, cujo objetivo principal foi “encorajar toda a população a praticar esportes, instilar mais cultura e estilo no amante passivo de esportes e integrar mais a cultura esportiva e corporal à vida social ativa” (LAMS, 1977).

O Bienal esportivo 70 apresentou uma participação limitada das mulheres praticantes de atividades físicas. Isto causou certa inquietude na organização que estendeu o Bienal 70 até 1971, com a sigla Ano Esportivo da Mulher: Esportiva 71. A partir da participação ativa da população nesta nova fase da campanha, em 1972 foi feita a segunda edição da campanha, o Bienal Esportivo 72. Também neste ano foi criado o comitê Permanente do Bienal Esportivo, composto com especialistas em planejamento, em comunicação em massa e especialistas de nível universitário em esportes. Este comitê se torna responsável pelo estabelecimento das diretrizes do movimento Sport for all.

Assim, o movimento Sport for all na Bélgica ganha um caráter de planejamento e organização de suas ações. Com o passar do tempo, a organização foi se tornando mais abrangente em nível nacional, e teve sua comissão reorganizada, contando com representantes de cada província do país. Estes representantes, denominados conselheiros, tinham como função levar para seus conselhos esportivos municipais, orientação e promoção da campanha em suas comunidades locais. Os focos da atuação foram nos espaços de lazer, escolas e clubes, visando principalmente o esporte de massa, e o desenvolvimento de atividades que possibilitem o bem-estar.

A prática esportiva foi tratada como o “bem” a ser vendido para a população. Para esta campanha, havia três frentes que guiavam a atuação: informação, promoção e ação. Naquele momento da campanha, os meios de comunicação começaram a ganhar voz, com o objetivo de divulgar e despertar no povo o desejo pela prática esportiva. Foram realizados concursos de slogan, que contou com uma participação de 1950 desenhos, e resultou em um folheto de quadrinhos, indicando o quanto a campanha estava atingindo a população.

Também foram criadas equipes esportivas móveis. Estas equipes passavam nos lugares onde já estava em prática a campanha, e forneciam apoio técnico aos líderes destes locais, para continuarem com a campanha e o desenvolvimento do esporte de massa, foco a ser trabalhado e divulgado.

Este processo de disseminar um apoio técnico, leva consigo testes como o Mínimo Olímpico e o Teste Cooper, e também, foi realizado o Quilômetro Familiar, com grande aderência da população. Este caráter mais voltado ao objetivo de ultrapassar limites, e desenvolver capacidades físicas, foi tratado com grande relevância na campanha. Foram feitos circuitos de condicionamento ao ar livre, que tinham instruções, com exercícios diferentes para níveis diferentes de aptidão física. Foram pensadas atividades para crianças, idosos e deficientes físicos, com o objetivo de realmente atender a toda a população.

Com o tempo, a campanha foi se estruturando e se organizando para se manter localmente, e de tempos em tempos eram organizados grandes eventos nacionais para estímulo e propagação do movimento Sport for all. Os meios de comunicação contribuíram grandemente, para continuar a conscientização para a atividade física, e divulgação dos benefícios da participação no esporte de massa, através dos Bienais Esportivos.

Os bienais esportivos são organizados até 1977 em sua forma original. Em 1978, inicia-se uma política com objetivos anuais para o desenvolvimento da filosofia do Sport for all, alguns exemplos são: o ano do idoso (1978), o ano da criança e da família jovem, o ano da mulher (1980). Esta forma de organização vai até 1982. Entre os anos de 1983 a 1986, o objetivo é dar novos impulsos para as comunidades locais e o esporte escolar, criando-se iniciativas locais.

A partir de um formato mais local e regional de atuação das políticas de Sport for all na Bélgica, de 1987 a 1991, são promovidos programas de ação específicos para grupos especiais, locais e regionais, que realizavam dias de esportes e ação de esporte na escola.

De 1992 a 1998, o Departamento de Educação Física, Esporte e Recreação ao Ar Livre⁷ (BLOSO) faz suas últimas ações em relação a campanha na Bélgica. Suas últimas ações buscam garantir financiamento para o marketing da campanha e para manter as escolas de esportes, os projetos de esporte escolar, suporte para os projetos regionais e locais, e ainda possibilitar pessoal para a administração da campanha.

⁷ Department of Physical Education, Sport and Outdoor Recreation (Tradução Livre)

BLOSO fez um trabalho de sucesso, mas o crescimento de pequenas organizações, e o alto custo de suas ações, fez que nos dois últimos anos da campanha, começou a reduzir sua promoção, começou a dar suporte aos projetos regionais, e fez uma sensibilização com a população jovem, para manterem os hábitos de prática do esporte em suas escolas e regiões. A campanha estimulou e promoveu iniciativas para outras organizações terem iniciativas de pensar o movimento Sport for all.

2.3 Particip-action – Canadá

O movimento Sport for all, chega ao Canadá com a bandeira da prevenção e promoção da saúde. O PARTICIP-ACTION é uma organização, fundada em 1971, sem fins lucrativos, mas que opera com verba governamental. A não filiação ao governo vigente na época é, de não se tornar uma agência do governo, com os objetivos de não gerar interpretações políticas nas ações da organização, as ações não serem criticadas e atacadas pela oposição ao governo da época e também para não perder forças na transição de um governo para outro.

Quem idealizou esta organização no Canadá, eram pessoas oriundas do mundo da publicidade e do marketing, o que faz com que as ações que eles tomaram inicialmente se apoiassem na idéia de literalmente vender o aprimoramento físico como produto de consumo. Isto pauta a primeira ação desta organização que é uma pesquisa sobre o que a população pensava e sabia sobre o aprimoramento físico. Esta pesquisa obteve em resultados catastróficos, que apontavam para um sedentarismo exacerbado e que a população acreditava na genética herdada do povo nórdico, caçador e forte, e sendo assim, o aprimoramento físico não se fazia necessário no cotidiano da população.

Este resultado fez a organização construir suas ações em quatro etapas:

1 – EDUCAÇÃO: conscientizar a população sobre o que é aprimoramento físico, quais benefícios, como saber onde, o que e quando podem ter acesso a ele. A principal estratégia é a propaganda e comunicação;

2 – MOTIVAÇÃO: nesta etapa, o objetivo é incentivar que cada indivíduo participe do programa de aprimoramento físico, conscientizando que cada um deve ir em

busca da prevenção da sua saúde e bem estar, e que com esta busca individualizada, se constrói uma saúde coletiva;

3 – O QUE SE FAZER: depois de conscientizar a população, mostrar que é necessária a participação em algum programa de aprimoramento físico, o que foi proposto, foi trazer para estas pessoas como e aonde elas podem começar a participar de alguma atividade. Aqui também começou uma segunda etapa de conscientização, que visava mostrar a população que simples atitudes, como andar em vez de usar o carro para ir em algum lugar perto de casa, poderiam despertar o desejo por um aprimoramento físico;

4 – MANUTENÇÃO: nesta fase, pautado mais uma vez na propaganda e comunicação, o objetivo foi sempre incentivar, por meio da divulgação de atividades, atualização de informações através de pesquisas, utilização de celebridades para promoção do programa, entres outras estratégias, visando que os que começaram a se tornar ativos, pudessem se manter ativos.

As estratégias para manter estas etapas foram aprimora-las, e a campanha ganharia forma. O que preocupava a organização, era como levar as pessoas a escolherem qual atividade se aproximar, como fazer isto e quais benefícios que esta determinada atividade proporcionava. Mais uma vez, a comunicação foi usada como principal meio. Foram divulgadas diversas atividades, com o objetivo de não se concentrar só na corrida, ciclismo e natação, mas mostrar um leque de possibilidades de atividades para que cada um possa escolher a que mais lhe convinha. Este leque de informação além de mostrar o que era possível praticar, também trazia instruções de onde praticar e quais os benefícios das atividades. Além de priorizar a consciência de cada pessoa para o aprimoramento físico, atividades que possibilitavam e incentivavam valores positivos de sociabilidade e família, foram priorizados no programa e pela organização.

Todas estas mensagens, valores e idéias foram levadas a população através de uma grande divulgação, com apoio de patrocinadores de instituições privadas, que doaram um espaço de suas mercadorias para divulgação da campanha. Caixas de fósforos, embalagens de açúcar, embalagens de margarinas, e todos os produtos de uma indústria de laticínios, que divulgaram a campanha em todos seus saquinhos de leite, entres outros produtos. Propagandas em jornais, televisão e em jogos esportivos também foram utilizados para alcançar a população. Aqui seguem dois exemplos de anúncios utilizados nestas divulgações, trazidos por Mckerracher (1977, p. 50):

Sabia que não precisa usar roupa de corrida, que não precisa correr ou fazer ginástica para conseguir uma boa forma física? Pode ser muito divertido, como por exemplo, descendo um morro num tobogã com os seus filhos.

(Propaganda com um patinador)⁸ Visto que você se divertiu muito assim, quando jovem, por que não experimentar de novo?

Todos os anúncios eram feitos e transmitidos em inglês e francês, as duas línguas do Canadá. A divulgação atingiu seu objetivo, e promoveu eventos de iniciativa da população como caminhadas em seu quarteirão com todos de uma cidade em determinada hora, cada um andava certa distância, e somavam todos os percursos com o objetivo de dar a volta no globo, entre outras propostas. Isto são iniciativas que partiram da população. Os clubes e associações começaram a ter mais frequências e com mais pessoas, que buscavam começar novas práticas e atividades. Tudo isto aconteceu através de um trabalho de divulgação de valores de saúde e bem estar que são proporcionados pelo “aprimoramento físico” de acordo com a campanha no Canadá.

O Particip Action se mantém até hoje no Canadá. Em 2001, por falta de verba para se manter, a organização foi fechada. Em 2007 com apoio do Esporte Canadá (Sport Canada) e da Agência Pública de Saúde do Canadá (the Public Health Agency of Canada), a organização é restabelecida, e começa a atuar novamente (ParticACTION, 2009).

2.4 EPT – Brasil

O movimento no Brasil é iniciado no ano de 1977 com cerca de 35 mil organizadores e monitores. De acordo com Valente (2003), o movimento Esporte Para Todos (EPT) se divide em três marcos históricos principais, em termos institucionais. Sendo sua periodização assim definida:

1977 – 1978: fase experimental e de implantação do EPT no Brasil sob a coordenação do Movimento Brasileiro de alfabetização – MOBRAL⁹;

⁸ Esta propaganda é um jovem patinador em ação. Não consegui a imagem, mas para entender a mensagem é necessário estabelecer o contexto.

⁹ O Movimento Brasileiro de Alfabetização (MOBRAL) tinha como objetivo inicial a alfabetização de jovens e adultos. Porém, segundo Lamartine Pereira da Costa, constatou-se que a demanda por novos cursos era

1979 – 1981: fase de planejamento governamental das ações do EPT, sob a coordenação da Subsecretaria de Esporte Para Todos da SEED/MEC;
 1982 – 1988: fase áurea da Rede Esporte Para Todos até sua desativação por parte do Governo Federal.

Da Costa, na Revista Brasileira de Educação Física e Desporte, de número 35, de 1977, dizia que o EPT era composto tanto de atividades coletivas, quanto de individuais e, pregava a prevalência da recreação e do lazer sobre a competição, buscando com o aumento do número de participantes, melhores condições para a seleção de atletas. Tratava-se de um movimento que, segundo o autor, vinha “de baixo para cima” e, desse modo, fugia aos aspectos burocráticos resultantes de implementações de atividades, por quaisquer tipos de órgãos, sem que efetivamente houvesse a vontade dos participantes.

Existia a pretensão do agrupamento de um maior número de indivíduos possível, por meio de discursos que evidenciavam os esforços acerca do incentivo de atividades físicas e outras atividades culturais. Por esse viés, o EPT deveria prover os indivíduos de atividades que lhes atendessem os anseios de lazer e recreação, sendo que a sua consecução se daria pela massificação do esporte, através de chamadas à população, em que quanto mais pessoas participassem, mais se solidificariam as aspirações da campanha do EPT.

O ano de 1977 demarcou a efetiva implementação da campanha EPT, num amplo esforço que envolveu os municípios, os voluntários, e a adesão dos praticantes, além de serem organizadas diversas atividades de lazer e recreação. Todo esse movimento necessitou de investimentos estruturais, que não foram poupados, como nos conta Costa (1977):

A campanha Esporte para Todos iniciou-se em março de 1977, através do treinamento de toda a infra-estrutura do Mobral, utilizando-se fitas cassetes e um texto impresso denominado Documento Básico da Campanha, produzido pelo autor. Nesse material está concentrada toda a experiência consolidada pelo DED [Departamento de Educação Física e Desportos] e pelo Mobral, a partir de 1973, sobre o assunto (p. 12).

Para o alastramento do EPT no corpo social, adotou-se uma estratégia, que até então não havia existido na Educação Física brasileira. No sentido de reunir um grande contingente populacional, as atividades amparavam-se pelo recrutamento de voluntários

uma reivindicação dos recém-alfabetizados. Estudos demonstraram que o lazer (especificamente o futebol e outros esportes) fazia parte das necessidades das pessoas. Daí, pela sua abrangência e eficiência, o MOBREAL poderia ser um projeto capaz de organizar eficientemente as comunidades em torno das práticas de atividades físicas, pois embora cobrisse todo o território nacional, era um “movimento descentralizado em células autônomas municipais” (COSTA, 1977, p. 11).

treinados e preparados para difundirem as prescrições da campanha, tendo como recursos, eficientes para a época, fitas cassetes e um texto impresso para dar respaldo aos agentes disseminadores.

Neste mesmo ano é lançado o Documento Básico da Campanha. Este Documento aponta como a política de esportes no Brasil está fragilizada, pois há três esferas de esporte no Brasil: o esporte estudantil, o esporte de rendimento, e o esporte recreativo. A necessidade de uma política estratégica de massificação do esporte, para administração e fomento da esfera do esporte recreativo, de acordo com o Documento se faz necessária no país, conforme é possível perceber no trecho a seguir:

Nesse ponto reside a fragilidade básica do esporte nacional: o lazer esportivo, praticado por grande quantidade de pessoas, ainda não existe em proporção e diversificação suficientes para originar a motivação e suporte para as demais duas áreas, criando-se assim um círculo vicioso com a insuficiência de recursos humanos, financeiros e de organização (DOCUMENTO BÁSICO DA CAMPANHA, 1977, p. 14).

O Documento pressupõe, que a terceira esfera esportiva no país é que de suporte as outras duas e, portanto necessita de uma orientação para que isto chegue à população e gere então uma política efetiva de esporte em massa no Brasil. Para isto, como exemplo da implantação do Particip Action no Canadá, no Brasil é criado o decálogo.

O decálogo é “o conjunto de idéias-força que orientará a campanha” (DOCUMENTO BÁSICO DA CAMPANHA, 1977, p. 14), que trás em seu conteúdo as estratégias que devem ser utilizadas em cada município, que são descritas em dez princípios do EPT:

1. LAZER

Orientar o tempo livre para a prática esportiva com prazer e alegria, de modo voluntário e sem prejudicar as demais possibilidades educacionais e culturais.

2. SAÚDE

Criar oportunidades de melhoria de saúde do povo, no que se refere à prática de atividades físicas e recreativas, nas medidas possíveis e adequadas às condições locais das diferentes comunidades.

3. DESENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO

Aperfeiçoar a capacidade de organização e mobilização das comunidades para o trabalho em conjunto, em mutirão e dentro do necessário sentimento de vizinhança, de bairro, de região e de município.

4. INTEGRAÇÃO SOCIAL

Estimular a congregação e a solidariedade popular, dando ênfase à unidade familiar, às relações pais e filhos, à participação feminina e à valorização da criança e do idoso.

5. CIVISMO

Reforçar o sentimento de povo, de nacionalidade e de integração social.

6. HUMANIZAÇÃO DAS CIDADES

Criar meios de prática de esportes recreativos com participação de grande número de pessoas, para a conscientização geral quanto aos benefícios de áreas livres nos grandes centros urbanos.

7. VALORIZAÇÃO DA NATUREZA

Orientar a prática esportiva ao ar livre, principalmente das crianças, de maneira a dar valor e a preservar áreas verdes, parques, bosques, florestas, praias, rios e lagos etc.

8. ADESÃO À PRÁTICA ESPORTIVA

Criar oportunidades e atividades esportivas improvisadas, de modo a ampliar o número de praticantes, diversificar esportes a serem praticados e aumentar o uso das instalações e áreas já existentes.

9. ADESÃO AO ESPORTE ORGANIZADO

Motivar, através do contágio de emoções da prática com grande número de pessoas, o apoio e a participação nas atividades da Educação Física estudantil e do esporte em clubes e outras entidades.

10. VALORIZAÇÃO DO SERVIÇO À COMUNIDADE

Congregar o apoio popular às entidades públicas e privadas que participam dos mutirões esportivos.

(DOCUMENTO BÁSICO DA CAMPANHA, 1977, p. 14-15).

Essas orientações do Decálogo tinham a função de espalhar no corpo social a idéia dos benefícios resultantes de seu envolvimento nas práticas corporais. Eram possibilidades de lazer e de recreação oferecidas à população, através da adoção de discursos sutis, sempre ressaltando os valores humanistas agregados às atividades físicas.

A criação da SUEPT e da Rede Nacional de Esporte para Todos, que tinha como objetivo integrar pessoas e entidades atuantes no EPT, juntamente com os meios de comunicação da Rede Nacional, que era a revista Comunidade Esportiva, que tinha uma tiragem de 25 mil exemplares, e a Rede Nacional de Rádio para programa de Esporte para Todos. O esporte era utilizado como um mecanismo de propaganda, posto que, se porventura houvesse algum destaque individual ou coletivo, certamente serviria como exemplo de que a disseminação de práticas esportivas na população era o caminho correto.

A campanha chega à população de diversas formas. Um grande mecanismo são as criações das praças de esporte para todos, que recebiam materiais do governo, como também a ampla divulgação de cartilhas nas escolas que contém o Dedinho¹⁰.

Dedinho faz sua estréia como protagonista já para apresentar o DED para a comunidade, quando de sua criação, em uma publicação chamada “Eu sou o DED”. Suas

¹⁰ DEDINHO é o personagem central das seis histórias em quadrinhos destinadas a crianças em idade escolar (de 6 a 13 anos), envolvido em situações relacionadas a diferentes modalidades esportivas: atletismo, natação, voleibol, basquete e handebol. Ele está sempre acompanhado de uma turma alegre e disposta a praticar tais esportes a todo o momento. Seu nome, como é evidente, deriva do diminutivo de DED: ele personifica o novo órgão criado pelo MEC para conduzir a política de Educação Física e esportes no País. (CONGRESSO BRASILEIRO DE HISTÓRIA DA EDUCAÇÃO, 2002)

primeiras palavras: “Meu nome é Dedinho. Já nasci grande, pois o setor onde atuo precisava que eu nascesse atuando; e posso mesmo dizer que antes de nascido já estava trabalhando” (1971, p. 0). Essa apresentação revela o grau de importância que o corpo técnico do DED pretendeu dar ao trabalho sob sua responsabilidade. Fazendo uma análise de sua imagem, vê-se que Dedinho é o maior entre todos os demais personagens da revista, é um garoto branco, com uma fita segurando o cabelo, com forma corporal definidas, sempre bem disposto e alegre, uma representação do que o esporte seria capaz de realizar.

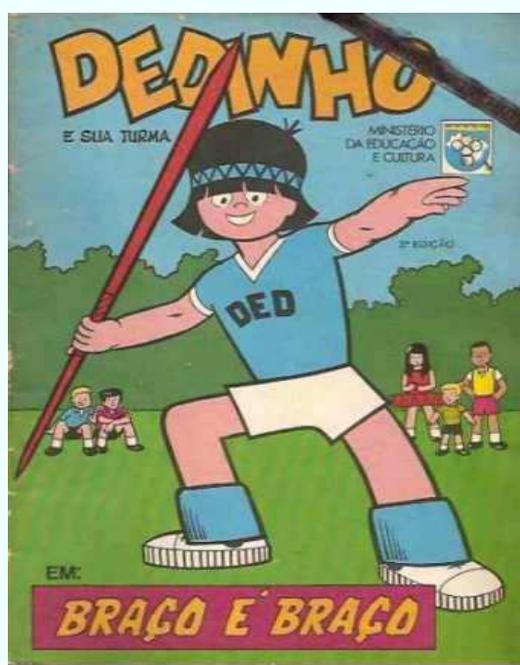


Figura 2: Revista Dedinho e sua turma. 3ª Edição. Fonte: <http://www.emule.com.br/lista.php?keyword=Dedinhos&ordem=CAROS>

Com esta ampla divulgação, e um empenho pelo governo em disseminar os ideais do Esporte, e seus benefícios, a campanha atinge a população e promove grandes eventos em âmbito nacional, em dias específicos durante o ano, que normalmente eram feriados nacionais. Este grande empenho em atingir e criar na população o hábito esportivo, também tinha como viés do governo da época, o regime militar, em fomentar um patriotismo e uma aproximação com a política decorrente na época, é claro pelos benefícios trazidos por ela, no caso, os benefícios da campanha.

Em 1988, há a desativação da campanha pelo governo federal, não há mais a revista da campanha e o programa de rádio. Hoje, o Esporte para Todos existe no Brasil por expressão cultural ou iniciativas de intervenção, ambas de ocorrência local, ou por programas

de alcance nacional desenvolvidos pela iniciativa privada sem relações entre si, todos com denominações e conceitos próprios. Como não há uma organização nacional que acompanhe tais atividades descentralizadas de esporte não formal, são desconhecidos os resultados globais dessas manifestações.

Em síntese, há três programas nacionais ao estilo do EPT que se iniciaram na década de 1990 no Brasil e se situavam em plena expansão no ano 2000: Dia da Caminhada Mundial, versão do World Walking Day da TAFISA¹¹, promovido pela Rede Terra, uma ONG dedicada originalmente à proteção do meio ambiente; o Dia Mundial do Desafio, versão do Challenge Day também da TAFISA, dirigido pelo SESC (Serviço Social do Comércio); e o Agita São Paulo¹², campanha de exercícios físicos para a saúde, liderada pelo CELAFISCS¹³.

¹¹ The Association for International Sport for All. A TAFISA surgiu em 1969 e foi estabelecida formalmente em 1991. Seus objetivos são: “formar grupos internacionais de Esporte para Todos, fornecer e coordenar programas e eventos, e fornecer redes e plataformas de transferência de experiências.” (TAFISA, 2010)

¹² O Programa Agita São Paulo foi criado para combater o sedentarismo no Estado de São Paulo promovendo o nível de atividade física e o conhecimento dos benefícios de um estilo de vida ativa. O Agita São Paulo é o resultado de um convênio entre a Secretaria de Estado da Saúde e o Centro de Estudos do Laboratório de Aptidão Física de São Caetano do Sul — CELAFISCS, em parcerias que hoje envolvem mais de 200 instituições governamentais, não governamentais e empresas privadas. (AGITA SP, 2010)

¹³ O Centro de Estudos do Laboratório de Aptidão Física de São Caetano do Sul tem como missão a “promoção da pesquisa na área da Atividade Física como instrumento de melhoria de qualidade de vida.” (CELAFISCS, 2010)

3 O Mito

Mas no mundo encantado das estórias sobre as ausências, as regras são outras. O que se busca não é o reflexo especular, cópia verdadeira. O que se deseja ver são as configurações delineadas pelas bordas dos intervalos, como nos desenhos de Escher, peixes saindo dos intervalos dos gansos, gansos saindo dos intervalos dos peixes. O que é dito circum/escreve uma outra coisa, não dita: escreve pelo avesso, de modo que quem lê a escritura pelo direito, como o fazem os filósofos, cientistas e outras pessoas normais, só pega a mentira. Quem acredita no que o sonho diz foi enganado. É preciso não acreditar, para que ele então revele a verdade que ele dissimula.

Rubem Alves, 1988.

Ao olhar para as quatro campanhas descritas anteriormente, e como sua estruturação e trabalho se deram, dois pontos são possíveis de destaque para análise de sua compreensão como política a ser implantada. O primeiro ponto é sobre como o instrumento de acesso a população: a mídia. Um segundo ponto é como se justifica a prática do Sport for all, ou seja, que tais práticas (esportivas, recreativas, de lazer, corporais...) são promoção do bem estar e da saúde, por meio da saúde coletiva, fortemente enraizada e justificadora das práticas relacionadas à educação física e ao esporte, em uma ordem biologicista, e ainda como instrumento de filtragem para o esporte de alto rendimento.

Para exemplificar como estes pontos aparecem na campanha, retomo alguns trechos do primeiro capítulo:

1) “Per Hauge-Moe (1977), afirma que os meios de comunicação em massa são parceiros na promoção de esportes, mas que não são os únicos parceiros e que não devem assumir o trabalho e nem orientar a tarefa dos realizados da campanha.”

2) “Trimmy chega a população através dos meios de comunicação e de ações de programas de atividades físicas desenvolvidas pela campanha Trimm. Para divulgação são feitos anúncios impressos, cartazes, spots e brochuras.”

3) “Os meios de comunicação contribuíram grandemente, para continuar a conscientização para a atividade física, e divulgação dos benefícios da participação no esporte de massa, através dos Bienais Esportivos.”

4) “Todas estas mensagens, valores e idéias são levadas a população através de uma grande divulgação, com um apoio de patrocinadores de instituições privadas, que doam um espaço de suas mercadorias para divulgação da campanha.”

5) “... juntamente com os meios de comunicação da Rede Nacional, que era a revista Comunidade Esportiva, que tinha uma tiragem de 25 mil exemplares, e a Rede Nacional de Rádio para programa de Esporte para Todos. O esporte era utilizado como um mecanismo de propaganda...”

Todo este discurso feito nas campanhas nos remete a pensar o objetivo do uso de determinados meios para se alcançar a população. O conjunto de meios de comunicação como, o cinema, o rádio, a televisão, os jornais e as revistas, que formam um sistema poderoso para gerar lucros e por serem mais acessíveis às massas, exercem um tipo de manipulação e controle social, ou seja, ela não só edifica a mercantilização da cultura, como também, é legitimada pela demanda desses produtos, o que define a Indústria Cultural.

A Indústria Cultural realizou maliciosamente o homem como ser genérico. Cada um é tão-somente aquilo mediante o que pode substituir todos os outros: ele é fungível, um mero exemplar. Ele próprio, enquanto indivíduo, é o absolutamente substituível, o puro anda, e é isso mesmo que ele vem a perceber quando perde com o tempo a semelhança. É assim que se modifica a estrutura interna da religião do sucesso, à qual, aliás, as pessoas permanecem tão rigidamente agarradas. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985. p. 120)

Nessa Indústria Cultural, o homem, para Adorno, não passa de mero instrumento de trabalho e de consumo, ou seja, objeto. O homem é tão bem manipulado e ideologizado que até mesmo o seu lazer se torna uma extensão do trabalho. Portanto, o homem ganha um coração-máquina. Tudo que ele fará, o fará segundo o seu coração-máquina, isto é, segundo a ideologia dominante. A Indústria Cultural, que tem como guia a racionalidade técnica esclarecida, prepara as mentes para um esquematismo que é oferecido pela indústria da cultura – que aparece para os seus usuários como um “conselho de quem entende”.

Nas campanhas a estratégia foi manifestar na população uma preocupação com sua saúde, e através disto as pessoas procurariam um lugar para praticarem alguma prática esportiva e assim se tornariam mais saudáveis. A cultura na visão de Adorno é uma mercadoria paradoxal. Ela está tão completamente submetida à lei de troca que não é mais trocada. Ela se confunde tão cegamente com o uso que não se pode mais usá-la. É por isso que ela se funde com a publicidade. Quanto mais destituída de sentido esta parece ser no

regime do monopólio, mais toda poderosa ela se torna. Os motivos são marcadamente econômicos. Quanto maior é a certeza de que se poderia viver sem toda essa indústria cultural, maior a saturação e a apatia que ela não pode deixar de produzir entre os consumidores. A publicidade é seu elixir da vida.

Quanto menos promessas a indústria cultural tem a fazer, quanto menos ela consegue dar uma explicação da vida como algo dotado de sentido, mais vazia torna-se necessariamente a ideologia que ela difunde. Mesmo os ideais abstratos da harmonia e da bondade da sociedade são demasiado concretos na era da propaganda universal. Pois as abstrações são justamente o que aprendemos a identificar como propaganda. A linguagem que apela apenas à verdade desperta tão-somente a impaciência de chegar logo ao objetivo comercial que ela na realidade persegue (ADORNO; HORKHEIMER, 1985.p.122).

A publicidade age como um espelho mágico que reflete aspectos da sociedade que o engendra alimentando a ilusão de uma ideologia que se quer permanente em seu projeto. Ela mesma se transforma numa arte influenciando através de seus anúncios, aumentando o consumo, transformando hábitos, educando, informando, pretendendo, assim, atingir a sociedade como um todo.

Pode-se constatar que na indústria cultural tudo se transforma em artigo de consumo, e que no mercado a arte, a música, o cinema, o rádio, tudo pode ser comprado como uma mercadoria, transformando a cultura em algo negativo. Para Adorno, a indústria cultural não é democrática, ela se submeteu a dominação da técnica que é usada pelos meios de comunicação de forma original e criativa que impede o homem de pensar de forma crítica, de imaginar, adestrando consciências, que fazem com que o que é transformado para efeitos comerciais sejam convertidos como um entretenimento para todos.

As campanhas ampliavam as possibilidades de difusão das idéias de controle social, pelo menos era essa a sua pretensão, visando a que os indivíduos participassem maciçamente das atividades propostas e buscando criar condições adequadas à motivação e à “democratização” das práticas esportivas. Isto é, além da fundamentação teórica acerca dos benefícios do lazer e da recreação, as campanhas promoveram atividades que tentaram agregar a maioria da população.

A indústria cultural tem a tendência de se transformar num conjunto de preposições protocolares e, por isso mesmo, no profeta irrefutável da ordem existente. Ela se

esgueira com mestria¹⁴ entre os escolhos da informação ostensivamente falsa e da verdade manifesta, reproduzindo com fidelidade o fenômeno cuja opacidade bloqueia o discernimento e erige em ideal o fenômeno onipresente (ADORNO; HORKHEIMER, 1985. p. 122).

A opção não se dava em torno da escolha individual ou, de um grupo de indivíduos, mas sim na decisão de participar ou não de atividades pré-definidas, que buscavam ser estimuladas, por meio de discursos que enalteciam as vantagens das práticas corporais.

Estas vantagens se concentravam na busca da saúde e do bem-estar, como na garantia de uma vida longínqua e não sedentária. Além dos valores em relação aos benefícios das práticas corporais, as campanhas foram grandes meios políticos de agregar na população valores cívicos e patrióticos.

Na realidade, a tentativa de disseminar no imaginário popular a crença de que a prática de atividades físicas coletivas, quase sempre de grande vulto, era capaz de trazer benefícios que transformariam a vida dos indivíduos e propiciariam uma representatividade nacional vitoriosa, sem dúvida, compunha as estratégias de disciplinarização das massas.

No Brasil, Cavalcanti (1984) afirma que o EPT era impregnado pela divulgação de um discurso que enaltecia as vantagens do esporte, inclusive com a utilização da mídia, criando um modelo de corpo que satisfazia às exigências do mercado, em detrimento da autonomia dos indivíduos.

Tal é o envolvimento do esporte não-formal com os meios de comunicação de massa, que o indivíduo já não tem uma percepção real de suas necessidades para escolher a atividade física mais adequada às suas condições orgânicas. Esta escolha é determinada de fora para dentro, gerando uma considerável ansiedade no indivíduo devido à pressão externa para buscar a forma física e adequar-se aos padrões estéticos estabelecidos para o corpo. Pode-se dizer ainda que a prática do esporte não formal é antilazer à medida que o indivíduo exerce o mínimo de autonomia sobre o seu tempo livre, tornando-se impotente para se defender do consumismo esportivo (CAVALCANTI, 1984, p. 68).

Neste viés, as campanhas de esporte para todos vão ganhando, na perspectiva desta autora, uma estrutura de poder e domínio social através das práticas corporais e de seus benefícios. Problematizar os benefícios que são levantados nas campanhas, não é negá-los. A questão, é que as práticas corporais vão ganhando força não

¹⁴ Michaelis: sf (mestre+ia1) 1 Profundo conhecimento de qualquer matéria; perícia. 2 Categoria ou título de mestre: Cursos de mestria, funções de mestria.

pela cultura formada a partir da população, e sim pela da Indústria Cultural oriunda da política de domínio dos governos locais.

Para Fraga (2006, p.78):

Em um mundo onde a lei de mercado é a baliza das relações sociais, a liberdade de opção é cada vez mais associada à cultura de commodities. Educar para o consumo (de bens, idéias, estilos,...) passa a ser a forma de regular as escolhas de cada um e viabilizar intervenções na esfera da vida privada, pois ao mesmo tempo em que se ensina escolher “bem” e a tomar decisões “certas”, comportamentos são monitorados por um cardápio de sugestões sobre os riscos a serem evitados e os caminhos a serem trilhados.

O cardápio trazido pelas campanhas são as atividades propostas, e os benefício que elas trazem consigo. Os riscos, em ser gordo, sedentário, envelhecido não saldável, são caminhos divulgadas como negativos. A política de democratização do esporte passa a ser então uma política de saúde pública, que se utiliza do esporte para benefícios a população.

A grande questão, não é o esporte ser uma política de saúde pública, mas não existir uma política de sustento, fomento e democratização do esporte. Sendo assim, há um discurso voltado para a saúde (aptidão física) e o bem-estar do trabalhador. Se pensarmos nos dias de hoje, é um pouco esse discurso dos meios de comunicação, do governo e de algumas corporações profissionais, que nos imputem a responsabilidade para que andemos, façamos exercícios, não bebemos, não fumemos, participemos das atividades comunitárias, sejamos voluntários, mas numa responsabilização do sujeito individual.

Assim, o objetivo principal das campanhas não era a democratização do fenômeno esportivo, ou ainda do acesso as práticas corporais, era disseminar através das práticas esportivizadas ou não, os benefícios da atividade física. Assim, como aponta Fraga (ibidem, p. 39), quando estuda os discursos de vida ativa trazidos pelo Body Sistem¹⁵ e pelo programa Agita São Paulo, há:

Uma tecnologia política que vê cada sujeito como um sistema de processamento de informações, que deve aprender a decodificar mensagens por conta própria e a consumir em um sentido mais amplo: adquirir (práticas saudáveis), aniquilar (riscos à saúde) para, finalmente, possuir (a vida).

¹⁵ “Trata-se de uma das mais conhecidas marcas registradas no mercado fitness, criada pelo neozelandês Phillip Mills, licenciada para mais de 8000 academias espalhadas em 50 países

Se como nos aponta Adorno, a Indústria Cultural gerada pelas campanhas não possibilita uma democratização do esporte, e ainda Fraga que nos faz refletir sobre o discurso dos benefícios trazidos pela prática de atividades física, tão cunhado pelas campanhas, qual seria uma possibilidade de pensar a democratização do esporte?

4 DGI

4.1 Danske Gymnastik og Idrætsforeninger

Algumas entidades têm como objetivo difundir os ideais e práticas do movimento Sport for all. Há grandes organizações que propõem atividades e organizam suas ações pautadas no ideal do Sport for all. Mas qual é este ideal, como ele é utilizado e qual o objetivo destas organizações? Algumas destas organizações são: ISCA - International Sport and Culture Association, DGI – Danish Gymnastics and Association (Dinamarca), DTB – Deutsherturner Bund (Alemanha), INATEL – Instituto Nacional para o Aproveitamento dos Tempos Livres dos Trabalhadores (Portugal), CASPV – Czech Association Sport For All (República Checa) e SESC (Brasil).

Dentre estas instituições, escolhi o DGI. Esta escolha se deu por eu possuir aproximação com ela, que a partir de intercâmbio para a Dinamarca, onde pude vivenciar na prática como ela atua.

O DGI é uma organização de 5.175 associações locais, que conta com quase 1,5 milhões de associados. A fundação possui 16 associações provinciais que tem o esporte como preocupação local, a partir de seus membros. As raízes do DGI remontam aos grandes movimentos populares que foram iniciados na segunda metade do século XIX.

Sua fundação, perpassa por um processo de mais de 150 anos, até que as associações de Ginástica Dinamarquesa (DDG), Dinamarquesa da Juventude (DDU) e a associação de Tiro e Esportes da Dinamarca (DDSG & I) após inumeros conflitos e discussões, se fundem. Este processo histórico começa com as Folk High Schools¹⁶, “que são

¹⁶ A primeira Folk High School foi fundada em Rødding, Dinamarca em 1844. Tudo começou por iniciativa de Christen Kold, que era um seguidor de Grundtvig. A escola foi inspirada pela necessidade de educar aqueles que não poderiam ter acesso a uma educação, ou ainda aos camponeses ou pessoas com menos poder aquisitivo, que não poderiam poupar o tempo ou dinheiro para frequentar uma universidade. Entre as outras escolas fundadas na Dinamarca são Askov Højskole e Ry Højskole na Jutlândia e Vallekilde Højskole na Nova Zelândia, ambas fundadas em 1865, e Rødkilde Højskole em Mon fundada em 1866. Até o final de 2009 havia 76 escolas secundárias populares na Dinamarca. Os temas variam de instrução das artes criativas como música, artes, design, redação, para cursos de caráter intelectual, tal como a religião, literatura, filosofia e psicologia. Algumas escolas ainda têm cursos especializados em esportes. As mensalidades variam, mas geralmente é em torno de 1200 coroas dinamarquesas por semana, incluindo alojamento e alimentação. Na história recente, a globalização tem exercido uma influência cada vez mais importante nas escolas

escolas que surgem buscando, a partir da atmosfera colegial e respeito mútuo entre os docentes e os alunos, a vida conjunta em uma pequena comunidade”. A DDU, protagonista na criação do DGI, tem uma estreita ligação com as Folk High Schools, principalmente com as escolas que tem como tema a ginástica e os esportes.

Foi a partir da Folk High Schools de ginásticas e esportes localizada na cidade de Ollerup, que começou-se a discutir e criar um embate com o Conselho Diretivo do País, para a criação da DDG. Esta conquista possibilitou a entrada e discussão na esfera do poder público, sobre uma forma de se pensar o esporte no país, que é a difundida pelas escolas. Todo este processo se deu com um conflito com a DDSG & I, que priorizavam em suas ações, o esporte em viés olímpico e competitivo, no moledo das confederações nacionais e federações locais de esportes.

Em 1940, a Dinamarca foi invadida pelo exército nazista, e uma grande crise se alastrou pelo país. Todas as associações, tiveram grande papel de resistência e de discussão com a comunidade. Nos anos pós guerra, problemas organizacionais e financeiros nas associações, não permitiram uma ação efetiva para começar-se um novo processo de educação da juventude, para os ideais democráticos de toda a cultura das Folk High Schools e das associações.

Começa-se então, uma primeira junção entre DDG, DDU e DDSG & I, para conseguir financiamento no governo, para as ações de esporte no país. Isto demonstra uma união da toda a base populacional das associações, mesmo com suas divergências ideológicas. Em 1948, há um investimento do governo nas associações, por grande influência das Associações de Tiro e Esportes. Todas as três associações tinham raízes na cultura camponesa, mas como nos anos 50 a agricultura se tornou mecanizada e já não eram tantas pessoas no campo, a vida associativa entrou em crise mais uma vez. A Dinamarca passou da sociedade rural para país industrial, havendo uma grande migração do campo para a cidade.

As três associações começaram então um processo de negociação para se fundirem, mas somente a Associação de Ginástica Dinamarquesa (DDG) e a associação Dinamarquesa da Juventude (DDU) se fundem. Assim em 1965 é formada a Associação de Ginástica e Juventude Dinamarquesa (DDGU). As associações não filiadas ao DDGU se juntam na DDSG & I.

dinamarquesas. Muitos cursos estão abertos a estrangeiros, bem como os dinamarqueses, e muitos cursos incluem viajar ou voluntariado em outros países, como parte do currículo. (HOJSKOLERNE, 2010)

No começo dos anos 70, estas associações começam uma nova tentativa de diálogo, mas como suas atividades na época entravam em conflito direto, suas gestões e seus objetivos eram diferentes, não há uma união, mesmo as duas organizações tendo um interesse em comum: fortalecer o esporte popular. Já se havia conquistado apoio financeiro e institucional do governo para as duas organizações. Assim, em 1974, as negociações foram fechadas.

Por volta de 1990, houve, mais uma vez, o interesse em fundir as duas organizações. Foram travadas negociações concretas entre os comitês de negócios e receitas da DDGU e DDSG & I. As duas associações enviaram uma carta sobre a possível fusão das associações municipais a imprensa. Após uma série de negociações, foi feito um acordo que tanto DGU e DDSG & I, fossem para a nova organização, com força igualitária.

Em outubro de 1992 foram escolhidos 758 delegados das associações municipais, que no Centro de Exposições Herning, elegeram: cinco de cada uma das duas associações, para a comissão de dez executivos; o presidente da nova associação, Leif Mikkelsen, ex-presidente da DDGU; e o novo nome da associação passa a ser DGI, que é escolhido com 716 votos.

O DGI pretende fortalecer as associações voluntárias com o esporte, enfatizando a importância do desafio, companheirismo e de saúde a fim de promover a qualidade educativa das atividades da associação. Através da prática de esportes em uma associação de membros que aprendem a valorizar uns aos outros, a associação incentiva através da participação, o pertencimento dos membros a associação e a própria sociedade em geral.

A associação é uma possibilidade para as pessoas de estarem juntos, para compartilhar experiências, para aprender a assumir responsabilidade pelos outros, e para formação em suas próprias vidas. Assim, o DGI considera a associação como um ponto focal de vivências e práticas, e um centro de atividades na comunidade local, por isso, adquirem um valor indispensável social e democrático.

O DGI procura possibilitar que a ampla gama de ofertas devem ser dirigidas a todos os membros das associações. Em particular, as associações devem ter uma escolha para todos os seus membros em todos os níveis de competência. Uma típica associação do DGI, procura ter diversas atividades esportivas, bem como atividades não esportivas, sendo

mais numerosas a ginástica, o futebol (soccer), natação, badminton e handebol. Outras atividades também são desenvolvidas, de acordo com a cultura e a demanda local.

Em seus ideais, o DGI (2009) trás uma forma de pensar a democracia e como o esporte é organizado na Dinamarca.

Democracia não é apenas uma questão de certa forma de governar. A mais importante fundação para um sistema democrático justo é criado no envolvimento e o compromisso das pessoas com a sua comunidade local, trabalhando uns com os outros em uma atmosfera de respeito e tolerância, eles podem ajudar a manter a fundação da democracia.¹⁷

A organização esportiva dinamarquesa, caracteriza-se por três setores importantes e interligados, Governo, Setor Privado e Sociedade Civil. No último, as associações esportivas são basicamente representadas por três organizações nacionais: a Confederação Esportiva e Comitê Olímpico Dinamarquês (DIF), a Associação Dinamarquesa de Ginástica e Esportes (DGI) e pela Federação Dinamarquesa de Companhias Esportivas (DFIF). Em outras palavras, o esporte na Dinamarca não é administrado em uma única organização esportiva nacional como é na maioria dos países. A razão para isto é o fato de que nunca as ideias e objetivos das organizações esportivas são as mesmas, e, portanto, as associações locais devem ter uma escolha sobre a forma como eles querem modular e organizar as suas atividades, incluindo a organização nacional que querem pertencer.¹⁸

Em uma situação muito interessante e talvez, única visto numa perspectiva global, as três organizações nacionais de cada um recebem recursos substanciais do governo, e ainda mantêm um nível quase total de independência em relação às suas respectivas metas e programas. Entre eles, as três associações desportivas recebem cerca de DKK 500 milhões por ano. Os fundos que são canalizados através do Ministério da Cultura, mas decorrentes da Pools and Company Ltd Loteria, isto é, em última análise, do público dinamarquês em si.

As organizações são financeiramente responsáveis perante o Ministério da Cultura, mas para além disso, são os membros das três organizações, que controlam as associações através das respectivas associações regionais e assembleias gerais, etc.

¹⁷ Texto original em ingles: Democracy is not just a matter of a certain form of government. The most important foundation for a healthy democratic system is created in people's involvement and commitment to the local community, where by working together with others in an atmosphere of respect and tolerance they can help maintain a foundation for democracy. (Tradução livre)

¹⁸ Texto Original em ingles: The Danish Sport scene is - just as the rest of society - characterized by three important and interwoven sectors, Government, the Private Sector and Civil Society. In the latter the Sport associations are primarily represented by three national organizations: The Danish Sport Confederation and Olympic Committee (DIF), Danish Gymnastics and Sport Associations (DGI) and The Danish Federation of Company Sport (DFIF). In other words, sport in Denmark is not organized in a single national Sport organization as is the case in most countries. The reason for this is the fact that the ideas and objectives of Sport organizations never are the same, and therefore the local associations should have a choice as to how they want to shape and organize their activities, including which national organization they wish to belong to. (Tradução livre)

4.2 Esporte... Práticas corporais

A forma como o esporte é estruturado na Dinamarca, delimita de forma clara duas perspectivas do desenvolvimento do esporte no país. Não há uma pirâmide estrutural em que o esporte de participação/lazer/massa/educacional/para todos esteja abaixo do esporte de rendimento, servindo assim como meio para a seleção e formação de atletas para representar o país.

Ainda, o DGI rompe com os ideais olímpicos trazidos pelo movimento olímpico, que visa subsidiar as ações esportivas nas nações que participam dos jogos Olímpicos. Há a prática do esporte, mas não o esporte do recorde, do talento, da bandeira do rendimento nacional, o pão das massas e grande instrumento midiático. O que se trás como fundamento a prática do esporte, é o acesso a mesma, na forma que ela se manifesta nas associações.

Assim, entendo que dois conceitos então podem ser problematizados: o esporte e a democracia como acesso a prática. Na perspectiva de Dahlberg (2006 apud CAMPOS; SOUZA; CAMPOS, 2003, p. 11, apud. FILHO et al., 2010, p.28), o conceito é formado por três elementos: o referente (aquilo que se pretende conceituar), as características (somados enunciados verdadeiros sobre o referente) e a forma verbal – constituindo o triângulo conceitual.

Sendo assim, a palavra esporte ganha diversas conotações que estão além do Fenômeno Esporte, que é tratado pelos autores no campo das Ciências Sociais, tais como Eric Hobsbawm, Norbert Elias e Eric Dunning, Pierre Bourdieu, Allen Guttmann e Jean-Marrie Brohm. As manifestações que acontecem nas associações do DGI, e as próprias atividades que são desenvolvidas nas campanhas de Sport for all, partindo do pressuposto que o conceito se forma a partir de uma forma verbal, seria mais adequado, a meu ver, que estas manifestações fossem denominadas práticas corporais.

O termo práticas corporais, de acordo com Filho et al. (2010, p. 24):

De maneira geral, nota-se que o termo “práticas corporais” vem aparecendo na maioria dos textos como uma expressão que indica diferentes formas de atividade

corporal ou de manifestações culturais, tais como: atividades motoras, de lazer, ginástica, esporte, artes, recreação, exercícios, dietas, cirurgias cosméticas, dança, jogos, lutas, capoeira e circo.

Aproprio-me do termo, indo mais em direção da perspectiva da cultura corporal, que trata das manifestações do esporte, jogo, dança, luta e ginástica, e ainda possibilita a discussão de atividade física e exercício físico. O esporte como fenômeno da cultura corporal, está inserido dentro das práticas corporais.

O movimento Sport for all então, em minha perspectiva, tem a possibilidade de se manifestar na sociedade sem carregar consigo o estigma das demandas esperadas de uma política pública ou privada de esporte de rendimento, ou seja, sem se comprometer com todos os resultados esperados pela implantação do esporte de rendimento, pois praticar esporte, não seria somente a prática dos jogos esportivizados, ou ainda, dos esportes individuais.

Praticar esporte, dentro da perspectiva do movimento Sport for all, é praticar determinada manifestação ao qual determinado grupo se organiza e se propõe a tal. Pensando na manifestação e organização de grupos para assim praticar o esporte e/ou práticas corporais que desejam, é necessário, um suporte e um fomento para que haja espaços, lideranças, materiais e etc. A organização do Esporte na Dinamarca nos aponta para um sistema de política pública, que possibilita autonomia da população interessada, agindo por um percurso de um sistema democrático de governo.

Acredito, portanto que há a necessidade de entender a democracia no marco de uma teoria que diferencie formas estratégicas de formas solidárias de ação social e coloque o problema da democracia como prática cotidiana, assim as associações do DGI são um trunfo, perante há grande massificação que ocorre nas campanhas baseadas no movimento Sport for all. A grande diferença que pode ser encontrada é a democratização para a incorporação de uma cultura política democrática pelos atores políticos e a inserção da democracia no interior do processo de mudança do repertório da ação social.

Ao longo do trabalho consigo me aproximar das questões que me motivaram a pesquisar. As políticas públicas de esporte e lazer parecem estar atreladas diretamente o resultado do governo vigente. O discurso da nação campeã e saudável são justificativas muito utilizadas e incorporadas nos discursos para tratar do esporte e lazer.

As realidades históricas e de construção de cada país, são fundamentais para entender como em cada lugar, o esporte é pensado e administrado. Em 200 anos de história de

lutas de associações na Dinamarca, isto culmina em uma política esportiva com um viés democrático construído e sólido. No Brasil, passamos por um processo de democratização recente, no esporte é mais recente ainda.

Linhaes (1996, p. 168) aponta dois fatores contribuintes para o processo de democratização do esporte no Brasil: a imprensa, que passou a questionar o autoritarismo também nesta área, e o aumento da produção literária própria (livros e revistas) de cunho sociopolítico. A democratização do esporte passou a ser debatido como questão de política pública pelo meio acadêmico, no qual o Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte, CBCE, mostrou como agente crítico ao status quo e como espaço de reflexão e produção coletiva de conhecimento a respeito.

A autora também destaca o papel da Associação dos Professores de Educação Física de São Paulo (APEF/SP), junto com o Jornal Folha de São Paulo, na realização do seminário "O autoritarismo no esporte". Seguindo a tradição internacional, a comunidade da Educação Física e do esporte se manifestaram formalmente contra o autoritarismo e problemas associados as áreas na Carta de Belo Horizonte de 1984, assinada por grupo de acadêmicos no II Congresso brasileiro de Esporte para Todos, organizado pela Federação Brasileira de Associações dos Professores de Educação Física (FBApef). Entre 1981 a 1983 foi também período em os estudantes de educação física fizeram paralisações em defesa do ensino público e gratuito, surgindo deste movimento o Encontro Nacional dos Estudantes de Educação Física – Eneef.

Mesmo com estas ações, a política de esporte brasileira ainda não deixa claras as diferenças entre o esporte que ela apresenta. Isto fragiliza o esporte, pois não há uma política que se objetive em sua própria causa, pois os objetivos do esporte educacional, por exemplo, se relacionam com os objetivos do alto rendimento, aos quais são diferentes em concepção da própria constituição brasileira.

Quando eu estive na Dinamarca, ficou claro a diferença entre uma associação do DGI e centro de treinamento do DFI. Estudei em uma Folk High School na cidade de Viborg. Pude vivenciar atividades nestes dois locais, e é claro como eles se distinguem pelos objetivos que permeiam cada lugar, mas não pela estrutura, aparelhos e profissionais envolvidos. Neste sentido, mostra como a política esportiva é igualitária.

A partir deste trabalho, me motivo a pensar como possibilitar o acesso ao as práticas corporais no Brasil. Aponto para que aja um esclarecimento sobre o que são políticas

públicas de esporte, aos quais objetivos elas estão interligadas e o que é possibilitar a autonomia dos indivíduos dentro da sociedade.

Acredito que a Educação Física tenha papel primordial nesta discussão, e que nos próximos anos este debate seja enriquecedor, pois mega eventos serão realizados, e políticas públicas de esporte e lazer estão sendo feitas e realizadas com finalidades em suprir estes mega eventos, que passarão.

5 Considerações Finais

Considero que este trabalho atingiu, com suas limitações, os objetivos traçados desde o início das investigações em minha iniciação científica. A pesquisa apresenta cinco formas de manifestação do movimento Sport for all, e dentre elas, uma apresenta como possibilidade se pensar a implementação dos ideais do movimento em uma política governamental estruturada em conjunto com a base. A análise destas manifestações em cinco países diferentes, com estrutura política, governamental, econômica, social e cultural diferentes, é uma variável que deve sempre acompanhar o contexto da inserção e desenvolvimento do movimento nos países estudados.

A pesquisa demonstra, em meu olhar, que as diferentes manifestações do movimento Sport for all, atingiram nos casos estudados, o principal objetivo das campanhas que foi disseminar um conceito relacionado ao esporte. Isto demonstra que o esporte é uma conteúdo de interesse pela população, e pode ser utilizado de diferentes formas por políticas públicas e privadas para disseminar ideais, conceitos, pensamentos, linguagens, etc, para a população. O esporte é um fenômeno abrangente e de potencial, que é apresentado no texto como conteúdo da cultura corporal, para além de seu significado etimológico de origem biológica e olímpica.

Assim, penso que há uma possibilidade de investigar como o termo/palavra esporte é usado na linguagem formal e informal, para designar diversas manifestações da cultura corporal. Por isto, acredito que o termo práticas corporais, atualmente, possibilita entender o que o movimento Sport for all se propõe em alcançar. Há estudos na Educação Física, que tratam de como as denominações mudam durante o tempo, e como elas são incorporadas no cotidiano de cada época. Desde as práticas higienistas, os movimentos ginásticos, a esportivização da educação física, os conceitos de atividade física, exercício físico e prática corporal e entre outras denominações, são conceitos e termos que moldam as manifestações corporais de cada época, ou de diferentes grupos de um mesmo período.

Este texto, apresenta muito da relação de minha história no esporte e na educação física. A pesquisa nasce desta inquietude conceitual, e de um contato com uma nova maneira de se pensar o esporte. Contextualizar a manifestação de um fenômeno mundial, como esporte, e ainda o próprio movimento Sport for all, em outro país, foi um trabalho árduo

no qual encontrei dificuldades para entender a história do DGI na Dinamarca a partir de documentos em inglês, quando não traduzidos do Dinamarquês para inglês por amigos dinamarqueses.

O tema principal da pesquisa, o movimento Sport for all, durante o trabalho apresenta interfaces: o DGI, a mídia e propaganda, e a saúde coletiva. Com isto o trabalho ganha uma grande dimensão, pois novas categorias de análise surgem, e requerem consigo um diálogo com o movimento em si, objeto principal do estudo. Acredito que o desenvolvimento do tema de saúde coletiva, poderia ser mais desenvolvido e abordado, destacando como a responsabilidade pela saúde coletiva passa a ser transferida para cada indivíduo. Também, o DGI ganha um potencial de estudo grande, que identifiquei como possibilidade a ser feito.

Através do estudo do DGI, outros dois temas poderiam ser abordados na pesquisa, que é o acesso da população ao governo por meio de representações, e ainda o próprio processo de democratização na sociedade, mais especificamente no âmbito do lazer e do esporte, que é tratado em trabalhos publicados¹⁹ na Educação Física. Não me aventurei em aprofundar tais temas, pois acredito que para tal, demandaria necessidade de recorrer a outras áreas do conhecimento para buscar referenciais, especialmente nas Ciências Sociais (sociologia, história, política entre outros), que foi acessada para tratar de outro tema do trabalho.

Dentre as dificuldades e caminhos percorridos, este trabalho se conclui com mais indagações, e me potencializa a continuar a pensar o esporte e a educação física, e minha própria atuação na área. Terminei este texto, como comecei, com outro trecho de Fernando Pessoa:

Sempre é preciso saber quando uma etapa chega ao final...
Se insistirmos em permanecer nela mais do que o tempo necessário, perdemos a alegria e o sentido das outras etapas que precisamos viver.
Encerrando ciclos, fechando portas, terminando capítulos. Não importa o nome que damos, o que importa é deixar no passado os momentos da vida que já se acabaram.

¹⁹ Sugestão para consulta: MEZZADRI, F. M. A estrutura esportiva no Estado do Paraná: da formação dos clubes as atuais políticas governamentais. Campinas, 2000. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas. LINHALES, M. A. Jogos da política, jogos do esporte: subsídios à reflexão sobre políticas públicas para o setor esportivo. In: MARCELINO, N. C. Lazer e esporte: políticas públicas. 2. ed. – Campinas, SP: Autores Associados, 2001. p. 31-56. AMARAL, Sílvia Cristina Franco Políticas públicas de lazer e participação cidadã: entendendo o caso de Porto Alegre / Sílvia Cristina Franco Amaral. Campinas, SP: [s. n.], 2002. CRISTAN, M. Políticas de esporte: uma metodologia de estudo. In: PRONI, M. W. & LUCENA, R. Esporte: história e sociedade. Campinas, SP: Autores Associados, 2002. p. 207-248. ZALUAR, Alba. Cidadãos não vão ao paraíso. São Paulo: Ed. Escuta, Campinas, UNICAMP, 1994. Entre outros trabalhos na área da Educação Física.

Referências

ABOUT PARTICIP ACTION. Management Team and Boar of Directions. Disponível em: <<http://www.participaction.com/en-us/AboutParticipaction/AboutParticipaction.aspx>>. Acesso em: 16 nov. 2009.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

ALVES, R. Mares pequenos – Mares grandes (para começo de conversa). In: Regis de Maris, org. As Razões do Mito. Campinas, SP: Papyrus, 1988.

BUENO, L. Políticas Públicas do Esporte no Brasil: razões para o predomínio do alto rendimento. 2008. Tese (Doutorado em Administração Pública e Governo). São Paulo, Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas

CAVALCANTI, K. B. Esporte para Todos: Um discurso ideológico. Rio de Janeiro: Ibrasa, 1984.

CELAFICS. Missão e Objetivos. Disponível em: <http://www.celafics.institucional.ws/16/institucional/missao_e_objetivos.html>. Acesso em: 16 abr. 2010.

COELHO, T. O que é indústria cultural. São Paulo, SP: Brasiliense, 13ed., 1989.

CONGRESSO BRASILEIRO DE HISTÓRIA DA EDUCAÇÃO, 2., 2002, Natal Rn. REPRESENTAÇÕES DE ESPORTE E ESCOLA PRESENTES NA REVISTA EM. .: ., 2002. Disponível em: <<http://www.sbhe.org.br/novo/congressos/cbhe2/pdfs/Tema7/0738.pdf>>. Acesso em: 24 nov. 2010.

DaCOSTA, L. P. . Esporte para Todos. Departamento de Desportos e Educação Física do MEC, 1978 (Brochuras).

DAACOSTA, L. P. . Sport for All in Brazil. Comunidade Esportiva, v. 15, 1981.

DaCOSTA, L. P.; MIRAGAYA, A. Worldwide experiences and trends in Sport for all. Oxford: Meyer e Meyer Sport Ltd, 2002.

DaCOSTA, L. P.; TAKAHASHI, G. M.. Fundamentos do Esporte Para Todos 1983. [s.l]: Mec - Secretaria de Educação Física e Desportos, 1983.

DGI - DANSKE GYMNASTIK OG IDRÆTSFORENINGER. The Danish Sport Scene - A Structural View. Disponível em: <<http://www.dgi.dk/English/structural.aspx>>. Acesso em: 13 set. 2009.

FILHO, A.F., et al. O termo práticas corporais na literatura científica brasileira e sua repercussão no campo da educação física. Revista Movimento (ESEF/UFRGS), América do Norte, 16, oct. 2009. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/Movimento/article/view/9000/7513>. Acesso em: 08 Out. 2010.

FRAGA, Alex Branco. Exercício da informação: governo dos corpos no mercado da vida ativa. Campinas: Autores Associados, 2006.

HANS KELSTRUP. DGI Historical Report. Disponível em: <<http://www.dgi.dk/>>. Acesso em: 11 maio 2010.

HOJSKOLERNE. The Danish Folk High School. Disponível em: <<http://www.hojskolerne.dk/the-folk-high-school>>. Acesso em: 13 maio 2010.

LINHALES, M. A. (1996). A trajetória política do Esporte no Brasil: Interesses Envolvidos, Setores Excluídos. Acesso em 28 de fevereiro de 2008, disponível em Universidade Federal de Minas Gerais: Escola de Educação Física Fisioterapia e Terapia Ocupacional - EEFFTO: http://www.eeffto.ufmg.br/celar/_interface/main/biblioteca/livros/12.pdf

MEC. Eu sou o DED. Departamento de Educação Física e Desportos. Brasília, 1971.

MEC. Fundamentos do Esporte para Todos. Secretaria de Educação e Desportos – 1983 (Brochuras).

MEC. Revista Brasileira de Educação Física e Desportos, 1977, 35 (9).

MEC/SEED. Deporte para Todos. Ministério da Educação e Cultura do Brasil, 1982 (Brochuras).

TAFISA. About TAFISA. Disponível em:
<http://www.tafisa.net/index.php?option=com_content&view=article&id=86&Itemid=69>.
Acesso em: 16 abr. 2010.

VALENTE, E. F. . Cronologia Histórico-geográfica do Esporte Para Todos no Brasil (no prelo). In: Lamartine Pereira da Costa. (Org.). Atlas da Educação Física, Esportes e lazer do Brasil. Rio de Janeiro: UGF, 2003, v. , p. -.

VALENTE, E. F. . Perspectivas Históricas do Movimento Esporte Para Todos no Brasil. 01. ed. Campinas - SP: UNICAMP, 1993. v. 01. 135 p.

VALENTE, E. F. Esporte... "para todos": conceitos e preconceitos. 1985. 71 f. TCC (Graduação) - Ufal, Maceió, 1985.

VALENTE, E. F. Esportes para todos : a desescolarização da educação física e do esporte e o universalismo olímpico. 1996. 223 f. Tese (Doutorado) - Unicamp, Campinas, 1996.