



Eduardo Fantato Rodrigues

**Esporte-Espetáculo na Sociedade:**  
tendências e influências dos meios de comunicação  
e a pedagogia do esporte

**DEZEMBRO 2002**



# **Esporte-Espectáculo na Sociedade: tendências e influencias dos meios de comunicação e a pedagogia do esporte**

Monografia apresentada  
como requisito parcial para  
a conclusão do curso de  
Educação Física na  
modalidade treinamento  
desportivo da  
FEF/UNICAMP, em 2002,  
sob orientação do Prof. Dr.  
Paulo Cesar Montagner.



## DEDICATÓRIA

Dedico minha formação a essas duas pessoas maravilhosas em minha vida, que aumentaram suas dificuldades para que as minhas pudessem se amenizar, que fizeram o impossível para que eu pudesse alcançar esse momento e que sem eles não teria chegado sequer a pensar que pudesse um dia fazer um curso superior quanto mais terminar.

Ao meu pai Jose Roberto Rodrigues e minha mãe Maria Augusta Fantato Rodrigues toda minha gratidão e amor.

## AGRADECIMENTOS

Começo agradecendo aqueles que por algum equívoco não citei aqui.

Agradeço aos amigos de antes da faculdade: Cabeção, Camila, China, Daniela, Douglas, Leandro, Mauricio, Vanessa.

Aos amigos da época de faculdade: Adriana, Armando, Leopoldo, Cris, Rubão, Ceará, Nicolas, Bazilio e Vilma, Fabiana, Branco,

Ao grande amigo desses cinco anos de faculdade: Du Micheletto

Agradeço a banca da monografia pelas correções e dicas importantes: professoras Marcy e Vera.

Ao professor Cesinha pelo apoio, orientação, paciência e incentivo, do que não tenho o que reclamar senão as cobranças.

Aos meus parentes que muito ajudaram no decorrer do curso.

Aos meus irmãos Fabio, Kako e Rafa, os quais agradeço não só o período da faculdade mas suas presenças e constante brigas no decorrer de minha vida.

Aos meus avós Isidro e Terezinha.

E por fim agradeço a Deus.

# **Esporte-Espetáculo na Sociedade: tendências e influencias dos meios de comunicação no âmbito escolar**

## **RESUMO**

Abordamos nesse estudo a evolução do conceito de esporte até chegar ao Esporte-Espetáculo, estabelecendo relações com o desenvolvimento histórico e transformações dos fenômenos da sociedade. Observada essa interação (sociedade e esporte) reporta-se para a compreensão de como o Esporte-Espetáculo influencia a sociedade. Estabelecemos conexões entre os Meios de Comunicação, o Esporte-Espetáculo e a Educação Física Escolar, enfatizando que as crianças e adolescentes, em processo evidente de formação de suas reflexões críticas, são influenciadas.

Nesse sentido, essa tríade (Esporte-Espetáculo, Pedagogia Esportiva e Meios de Comunicação) são apresentadas como tendências e debatidas nesse estudo através de uma análise dos programas Esporte Total e Globo Esporte.

**PALAVRAS CHAVES:** Esporte-Espetaculo, Meios de Comunicação, Pedagogia do Esporte

## **ABSTRACT**

### **Sport-Show in the Society: trends and his influence of the medias in the sport's pedagogy**

We approach in this study the evolution of the sport concept until arriving at Sport-Show, establishing relations with the historical development and transformations of the phenomena of the society. Observed this interaction (society and sport) it is referred for the understanding of as Esporte-Espectáculo influence the society. We establish connections between the Medias, Sport-Show and the Sports Pedagogy , emphasizing that the children and adolescents, in evident process of formation of its critical reflections, are influenced. In this direction, this triad (Sport-Show, Sports Pertaining Pedagogy and Medias) is presented and debated as trends in this study.

**KEY WORDS:** Sport-Show, Mass media, Pedagogy of Sports

# **Esporte-Espectáculo na Sociedade:tendências e influencias dos meios de comunicação e a pedagogia do esporte**

## Sumário

1. <u>Introdução</u> .....	01
2. <u>Delimitação do tema</u> ,.....	05
3. <u>Objetivos</u> ,.....	06
4. <u>Metodologia</u> ,.....	07
5. <u>Estrutura de referência teórica</u>	
5.1 Trajetória do Esporte ao Esporte-Espectáculo,.....	11
5.2 Esporte Atual: para uma possível contextualização de suas múltiplas dimensões,.....	17
5.3 Espectáculo, Mídia, Escola e Educação Física,.....	20
5.4 Meios de Comunicação e Pedagogia do Esporte,.....	23
6. <u>Procedimentos para coleta das informações</u> ,.....	27
7. <u>Apresentação dos resultados, análise e inferência</u> ,.....	32
8. <u>Considerações Finais</u> ,.....	45
9. <u>Referências Bibliográficas</u> ,.....	49

# Esporte-Espectáculo na Sociedade: tendências e influências dos meios de comunicação e a pedagogia do esporte

## 1. Introdução

Entender como a sociedade está construída hoje, ou seja, como se estabelece, cria e desenvolve suas ações e relações, significa, sobretudo, compreender os vários componentes históricos que se desenvolveram em si mesma, isto é, os aspectos que surgiram, modificaram ou foram modificados pela própria sociedade: fenômenos políticos, econômicos, culturais, sociais, entre outros.

Olhar para o Esporte atual e conceituá-lo como um fenômeno de múltiplas dimensões, implica em observar como sua evolução se correlaciona com esses fenômenos. Se hoje o Esporte Moderno, que é facilmente diagnosticado, entre outros, como Esporte-Espectáculo e exerce influência direta na sociedade, é porque foi constituído imerso em transformações e desenvolvimento dos fenômenos citados, mantendo, no entanto suas características autônomas (BOURDIEU 1983). Bourdieu cita que o esporte tem sua história autônoma e ainda que tenha “crescido” no interior da sociedade, vários são os “recortes” possíveis para sua observação.

Podemos identificar no esporte diferentes finalidades e perspectivas, destacando-se três grupos distintos: alto-rendimento, participativo e educativo. (Lei nº 9.981). Essas finalidades são entendidas na perspectiva do que Bourdieu fala, o mesmo fenômeno possui várias relações com a sociedade. Tubino (1992) ratifica que o esporte possui diferentes interpretações em suas relações com outras atividades, descrevendo ainda o Esporte – Educacional como mais um meio para formação de cidadania; esporte popular fundamentado no sentido participativo, espontâneo, comprometido com o bem estar social e qualidade de vida e o esporte de rendimento cercado por interesses comerciais e comunicacionais visando o espetáculo, vitória a qualquer custo. Podemos perceber ainda outras possibilidades do esporte, quando tratamos de pessoas portadoras de necessidades especiais, reabilitação fisioterapêutica ou terapêutica, e outras manifestações que partem do esporte.

O que estamos chamando de Esporte-Espetáculo é o desporto praticado no alto rendimento, que é reproduzido para o esporte educacional e para o participativo. O Esporte-Espetáculo, ou seja, a mercantilização do esporte tem influenciado nas outras manifestações esportivas presentes na sociedade.

Tomamos como definição os traços elementares do Esporte-Espetáculo descritos por Proni (1998):

*"1) referem-se à competições esportivas organizadas por ligas ou federações, que reúnem atletas submetidos à esquemas intensivos de treinamento (no caso de modalidades coletivas, a disputa envolve equipes formalmente constituídas);*

- 2) *tais competições esportivas tornaram-se espetáculos veiculados e reportados pelos meios de comunicação de massa e são apreciadas no tempo de lazer do espectador (ou seja, satisfazem a um público ávido por disputas ou proezas atléticas); e*
  
- 3) *a espetacularização motivou a introdução de relações mercantis no campo esportivo, seja porque conduziu ao assalariamento dos atletas, seja em razão dos eventos esportivos apresentados como entretenimento de massa passarem a ser financiados (pelo menos em parte) através da comercialização do espetáculo "" (pág. 85)*

O Esporte-Espetáculo é um fenômeno inserido em uma sociedade de consumo e comunicação de massa organizada de tal maneira a difundir sons, imagens e informações, configurando-se como meio de reproduzir a sociedade de consumo. Para ilustrar podemos observar, baseando-se em Betti (1998), o programa esportivo na escola, que introduz a competição com o objetivo de produzir atletas ou ainda consumidores do esporte.

O papel que os meios de informação adquiriram perante a sociedade permite, seja de forma informativa ou por entretenimento, a produção e transmissão não só de mensagens, como de comportamentos e estilos (SANFELICE, HATJE, CARVALHO, 2001).

A relação que se estabelece entre os meios e comunicação e o Esporte-Espetáculo nos possibilita falar sobre a vocação do esporte enquanto agente de comunicação, se considerarmos os meios de informação como veículos e instrumentos de difusão e produção de mensagens e imaginários a um determinado público.

Notamos que a evolução do esporte está intimamente relacionada com o desenvolvimento dos fenômenos sociais, que os vários recortes inerentes ao

desporte se relacionam e tem forte poder de influência na sociedade. Tubino (1987) afirma ainda, que cada época tem seu esporte e a essência de cada povo nele se reflete.

Um dos recortes possíveis é a conotação que o Esporte-Espectáculo adquire no âmbito escolar, sobretudo considerando adolescentes, período (faixa etária/educacional), em que suas relações com o esporte tomam uma forma mais consistente no que se refere ao desenvolvimento tanto da prática como da análise crítica e reflexiva. (PAES 1996)

É possível, ainda que trabalhando no campo das hipóteses, identificar que o Esporte-Espectáculo tem sido um significativo influenciador em crianças e adolescentes. O que não sabemos, ou ainda, poucas pesquisas identificam é como essas relações se estabelecem, isto é, como o Esporte-Espectáculo interage com crianças e adolescentes.

Nessa perspectiva do Esporte-Espectáculo e sua interação com a sociedade, e mais especificamente sua influência em crianças e adolescentes é que desenvolvemos os objetivos desta investigação, estabelecendo parâmetros com os meios de comunicação.

## **2. Delimitação do tema**

Partindo da constituição histórica do Esporte até sua forma de Espetáculo, como fenômeno de múltiplas dimensões, desenvolve-se um eixo-temático de como os elementos do Esporte Espetáculo, principalmente através da observação dos meios de comunicação interagem com a sociedade

A idéia ao analisarmos por um lado a Educação Física Escolar e por outro de estudar alguns dos vetores de comunicação, vem da observação do espaço concedido ao Esporte pelos meios de comunicação, traçamos como linha norteadora desta proposta o caráter educativo da Educação Física e o caráter informativo da Comunicação, com a intenção de identificar e estabelecer relações de elementos comuns do Esporte-Espetáculo presentes nestes dois segmentos.

Em traços gerais:

- Pesquisar a Televisão: vetor de comunicação, através de alguns programas esportivos, que possibilitam suas interpretações sobre o tema e conteúdo desenvolvidos e quais são as influências exercidas pelo Esporte-Espetáculo neste segmento da comunicação social

### **3. Objetivos**

Descrevemos a evolução do esporte e seu vínculo com as transformações inerentes a sociedade e levantamos questões que se referem a poder de influência do Esporte-Espetáculo em adolescentes, especificando o ambiente da Educação Física Escolar. O objetivo desta pesquisa procurou elementos que possam sustentar essa questão: de como o Esporte-Espetáculo está constituído e exposto para a sociedade nos meios de informação, estabelecendo ainda relação com a pedagogia do esporte.

1. identificar como os elementos do Esporte-Espetáculo e as suas tendências estão dispostas para a sociedade através de uma análise do conteúdo e formato dos meios de informação , caracterizado neste estudo pelos programas de televisão
2. comparar elementos presentes na pedagogia do esporte com dispositivos analisados dos meios de informação e divulgação esportiva
3. disponibilizar um material que possa complementar e servir de ponto de partida para outras discussões e aprofundamento do tema

#### **4. Metodologia**

A pesquisa foi norteada por uma metodologia qualitativa, a partir das raízes antropológicas, devido a necessidade de se interpretar os dados sobre conceito e vida dos povos. Na pesquisa qualitativa a interpretação e busca de significados não podem fugir as suas próprias concepções do homem e do mundo. (TRIVIÑOS,1992)

Esse pesquisa permite um estudo dos fenômenos da sociedade inseridos no seu contexto e mais próximo de sua realidade, preocupando-se com o processo e não com os resultados propriamente ditos, ou seja como determinado fenômeno, no caso o esporte atinge certos resultados nos sujeitos desta pesquisa. Um estudo realizado de forma exploratória.

Dentre as possibilidades da pesquisa qualitativa utilizamos o método de análise de conteúdo que pode ser aplicado à pesquisas de cunho qualitativo ou quantitativo dependendo das suas formas de aplicação ou objetivos (TRIVINÓS, 1992). Tal método consiste em uma sistematização de conceitos que permitem codificar e descrever os significados relativos à produção e recepção da mensagem. (BARDIN,1994).

Utilizando observações, pudemos através do método de análise de conteúdo selecionar indicadores relacionados com o tema investigado. Esses indicadores podem não estar presentes na manifestação direta do sujeito, no que se refere à sua fala. Desse modo obtemos uma significativa amplitude quanto à

exploração das mensagens podendo então fazer correlações com outras informações.

Trivínos (1992) divide a análise de conteúdo em três etapas:

- pré-análise: organização do material, determinando as estratégias de coleta dos dados e preparação da composição destas informações para posterior análise.
- descrição analítica: estudo aprofundado dos documentos e informações que fizeram parte do *corpus* da investigação delineados pelos objetivos e referencial teórico.
- interpretação inferencial: baseia-se nas mensagens coletadas, elaborando-se reflexões sobre as informações já construídas.

Neste trabalho utilizamos as proposições discutidas anteriormente como linha norteadora para a análise de conteúdo : como o esporte, inserido na sociedade da maneira que está, é colocado e difundido nos meios de comunicação.

A interpretação da investigação proposta nos possibilita compreender o objeto de estudo numa perspectiva maior do que, simplesmente mensurar e quantificar um fenômeno social (esporte)

Partindo desse ponto, a metodologia foi fundamentada em temas trabalhados por meio de observação e análise de conteúdo dos vetores de comunicação e das mensagens obtidas nesta , permitindo-nos colher relatos

possíveis de se transformar em linguagem acadêmica e confrontá-las com as teorias contidas no estudo:

1. o esporte nos meios de comunicação
2. a relação que dos ídolos/mitos e modalidades e disposição nos vetores

A construção da metodologia em questão foi dividida em dois momentos:

1. Fase de coleta e transcrição das informações obtidas pela análise dos vetores de comunicação
2. Fase de descrição dos conteúdos formalizadas através de uma análise, a fim de organizar de forma mais objetiva para o estudo proposto.

A coleta de dados referentes aos meios de informação foi processada num período de uma semana.

Foram selecionados dois programas diários de televisão ( Globo Esporte GE – Rede Globo e Esporte Total ET 2º Edição – Rede Bandeirantes, com grande recepção pelo público no horário entre 12:00h e 14:00h, por compreender o intervalo entre o período de estudos escolares, e no horário das 20: 00 as 20:30 h pensando no público e sua relação com a pedagogia do esporte. A semana

escolhida foi a que compreende do dia 8 a 14 de setembro. Sendo gravados 6 programas de cada emissora, para posterior análise das chamadas e apresentações das matérias na fala do apresentador do programa, e em alguma ocasião que achamos convenientes a fala do repórter da matéria.

A escolha do programa Globo Esporte foi por ser o de maior audiência enquanto a escolha do Esporte Total foi por já estar consolidado e a maior tempo no ar em relação a outros programas de outras emissoras. O período de uma semana foi identificado como suficiente para acompanhar e perceber as tendências e ocasionalidades de um período.

## **5. Relação e Desenvolvimento Histórico do Esporte na Sociedade**

### **5.1 Trajetória do Esporte ao Esporte-Espetáculo**

O Esporte até chegar a sua forma atual de espetáculo teve vinculado seu desenvolvimento com momentos e transformações sociais, políticas, econômicas e culturais.

Até início do século XVIII, conforme encontramos em Elias e Dunning (1992) o controle político era delineado pela opressão e imposição violenta do poder. Os jogos ancestrais e populares eram geralmente rituais religiosos, lutas e combates físicos de extermínio.

No final do século XVIII e na transição para o século XIX, começaram a aparecer princípios do parlamentarismo na Inglaterra (assembléias dos lordes, etc), fazendo com que os atos de repressão violenta fossem dando espaço para condutas e códigos “cavalheiros”, respeitando-se o poder e controle da oposição política ou social.

Uma nova classe social, a classe burguesa, emerge no cenário político e econômico. Sua consolidação foi caracterizada na distinção clara das condutas e requisitos primordiais para a padronização dos membros da classe: estilo de vida e cultura de classe média; atividade ociosa, principalmente o esporte e a educação formal. Tendo esses aspectos e, sobretudo a educação formal um fim de demonstração do estilo de vida, onde o conteúdo não era utilitário, dando espaço também para o esporte dentro das Grandes Escolas.

As disputas de ordem política e social sofreram um processo de normatização e pacificação, substituindo-se a essência violenta (ELIAS E DUNNING 1992). Bourdieu (1983) fala que os indivíduos passaram a ter liberdade para associar-se em *clubs*, grupos de mesmos interesses, para desenvolver diversas atividades, entre elas as práticas esportivas/passatempos, seja como praticantes ou espectadores. Ao mesmo tempo as Grandes escolas Inglesas passaram a oferecer práticas esportivas sob forma de passatempo. A partir do momento em que estas Instituições realizam trocas esportivas, ou seja, troca de experiências relacionadas às práticas corporais, começa-se uma padronização dessas práticas, até então diferente em cada Instituição.

Com origem nos jogos ancestrais/ populares, porém com outros significados, as práticas oferecidas nas Grandes Escolas Inglesas tiveram como uma das intenções ocupar os jovens que estavam sob sua responsabilidade redirecionando sua agressividade para essa prática, cujo fim está em si mesma.

Com a liberação e necessidade do associativismo<sup>1</sup>, uma vez que a classe burguesa precisava permanecer mobilizada, e com o aumento do tempo ocioso da elite social, os passatempos esportivos se caracterizaram como uma prática despreocupada desta elite, sendo mais uma forma de acúmulo de capital social, cuja finalidade é a manutenção da saúde, tendo o corpo como um fim.

O surgimento de uma cultura operária se opondo ao modo burguês, lutando pela redução da jornada de trabalho, junto a uma urbanização que gerava mais espaços públicos, e os novos conceitos e valores sociais, oriundos do recente

---

<sup>1</sup> Associativismo : grupos de pessoas que se reúnem com objetivos de desenvolver atividades comuns, culturais e sociais, independentemente do Estado, com fins específicos, a qual os membros aderem livremente. Até o período acima citado, essa prática era coibida pelo Estado, e o esporte através dos clubes contribuiu para sua consolidação .

processo de industrialização e modernização, tornaram a prática esportiva, os passatempos, um instrumento de ocupação do tempo livre. No entanto, o significado desta prática para essas classes sociais era outro, o corpo foi o meio, caracterizando-se em uma prática mais viril.

Na transição para o século XX, Elias e Dunning (1992) dizem que a sociedade estava constantemente sobre controle de suas tensões, instintos e sentimentos, e o esporte configura-se numa forma de descarregar esses sentimentos de maneira normatizada e regada, em uma forma de auto controle.

Em Bourdieu (1983) percebemos que os conflitos políticos e sociais passaram a ser representados pelo número de representantes nas assembleias, pela maioria de interesses comuns. No esporte os conflitos configuram-se no embate entre Amadorismo (prática da elite – nobres atributos do caráter humano) e Profissionalismo (prática popular e forma de ascensão social - vocação para o espetáculo)

O esporte a partir da difusão da ocupação do tempo livre e do embate *profissionalismo X amadorismo* começou a desenvolver novas formas e modalidades, atendendo uma demanda: novos e diferentes perfis dos praticantes. (BOURDIEU 1983).

As transformações sociais e culturais que se instalaram pós-industrialização estavam baseadas nos conceitos de padronização e racionalização, tendo no advento de regras universais e na aquisição da autonomia das práticas esportivas a reprodução de seus fundamentos.

A sociedade então desenvolve novos conceitos e significados culturais como competição, êxitos sociais, méritos individuais, oportunidades, descritos por

Guttman (1978) pelas seguintes características dessa nova fase da sociedade: secularismo, equidade, quantificação, organização burocrática, racionalização e especialização. O esporte reproduz e reforça esses novos valores, essa busca de eficiência, a busca do inatingível (via Faustiana<sup>2</sup>). Trata-se de um ajuste as demandas do mundo moderno.

As relações sociais começam a ser norteadas por princípios do liberalismo econômico, como notamos em Proni (1998) citando Charles Wright Mills:

*"A concorrência era o processo pelo qual os homens ascendiam e caíam, e a economia se mantinha harmônica. No entanto, nessa era de liberalismo clássico, a concorrência não foi apenas um mecanismo de regulamentação da economia capitalista ou somente uma garantia da liberdade política. A concorrência era um meio de produzir indivíduos livres, o campo de prova para heróis, em que cada um vivia a lenda do homem independente. Em todos os setores da vida, além do mercado econômico, o liberalismo imaginou homens independentes competindo livremente para a vitória do mérito e o desenvolvimento do caráter: o casamento por contrato livre, a igreja protestante, a ascensão voluntária, o Estado democrático, com seus sistemas de partidos competitivos. A concorrência foi o modo pelo qual o liberalismo se integrou na história, foi também a característica essencial de seu estilo de vida clássico" (pág. 51).*

No início do século XX a dinâmica sócio-cultural aponta que o consumo de bens de luxo, que era restrito a nobreza estende-se para a classe média difundindo um estilo de vida consumista. À medida que se difunde o princípio liberal o esporte

---

<sup>2</sup> Baseando-se no herói literário Fausto, mitificado em poema por Goethe. Fausto movido pela ânsia de absorver toda a experiência do mundo, faz pacto com o demônio Mefistófeles a fim de buscar o que era inatingível, e mesmo alertado por Mefistófeles que essa façanha era realizável apenas por deuses, Fausto permaneceu em busca de seus objetivos. Encontramos maiores esclarecimentos em "As Máscaras de Deus" do Joseph Campbell e "A Literatura Alemã" de Otto Maria Carpeux.

é marcado pelo fortalecimento de competições profissionais e por sua internacionalização

Situando-se no momento posterior a Segunda Guerra Mundial, observamos que ocorre um processo de mercantilização cultural, simultâneo a significativas mudanças nas estruturas sociais, políticas e econômicas. Um novo padrão de produto e consumo, encabeçado pelos Estados Unidos, cujos valores exacerbam o individualismo, a vida privada, incentivando a competição profissional e social (status) emerge dando impulso ao consumismo e comunicação em massa.

Proni (1998) menciona que a redução da jornada de trabalho, produção em série, acúmulo de capital desembocam em uma produção e consumo massificado, e na intensificação dos meios de comunicação de massa. As populações urbanas passam a desfrutar de padrões superiores ao que possuíam em outros períodos, com (liberdade individual de consumo.) A prática esportiva passa a ganhar importância como representação social, como afirmação do sucesso pessoal e como vitrine numa sociedade onde o status/sucesso ganha cada vez mais valor. A difusão de hábitos e práticas esportivas, Bourdieu (1983) afirma, criam modelos e estilos de vida esportivos (novos comportamentos / difusão de gestos).

Inserido numa sociedade de consumo e comunicação de massa, onde a informação é um bem precioso, transformando em mercadoria todos os aspectos possíveis inerentes ao indivíduo, o esporte amplia suas estruturas mercantis ao ser organizado em federações e ligas (consequência do associativismo), com o objetivo de dar maior uniformidade dos eventos esportivos. Esse processo de modificações no esporte é extremamente relacionado às transformações do

esporte em mercadoria. Proni (1998) faz referência a educadora Ana Maria Souza, para relatar o fenômeno do esporte, que:

*“... enquanto fenômeno da cultura, é expressão da ludicidade, socialização e comunicação que, uma vez na forma esportiva, permitem ao homem efetivação e aferição da auto-superação de suas capacidades humanas. A partir do momento em que assume a forma de espetáculo, praticado para uma assistência pagante e ligado a um capital comercial, com vistas à reprodução deste mesmo capital, o esporte passa a ter características de uma mercadoria e a possuir um valor-de-troca que será determinante para sua história. Esse fenômeno de mercadorização já foi observado também em outras áreas relacionadas à cultura [...]” (pág. 87)*

A difusão dos meios de comunicação é uma grande propulsora do Esporte-Espetáculo. O consumo passivo intensificado pelos meios de comunicação de massa expande-se de forma significativa com o advento da televisão e da difusão de transmissões, contribuindo para a valorização do esporte como espetáculo e como um veículo de propaganda e comunicação, refletindo um princípio capitalista: sistemas de trocas e interesses. Os sociólogos Barry McPherson, James Curtis e John Loy foram citados por Proni (1998) para reforçar o poder da televisão no esporte dizendo:

*“Antes do domínio da televisão, mudanças nas regras, estrutura e calendário foram introduzidas para aperfeiçoar o esporte ou incrementar a assistência das partidas. A partir do momento que o controle econômico deslocou-se para a televisão, mudanças foram introduzidas para agradar os telespectadores ou gerar mais receita com propaganda. [...]”*

*Como o esporte se tornou um segmento importante da programação de redes de televisão aberta e a cabo, assim como da cobertura de jornais diários e de muitas revistas, a mídia tem-se tornado crescentemente dependente do esporte. A mídia necessita preencher o tempo de transmissão e o espaço das colunas. [...]*

*O esporte profissional tem algum controle sobre a mídia, embora a maior parcela do poder esteja claramente nas mãos da mídia” (pág.93)*

Já na segunda metade do século XX, as inovações tecnológicas e o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa proporcionaram uma proliferação de campos de trabalho, relacionados com os ideais consumistas: publicidade, design, marketing – elos entre a produção em série e o consumo em massa. O consumo associado ao esporte está vinculado ao consumo de práticas/hábitos informais (indústria esportiva); consumo de serviços e consumo de espetáculo

O marketing que surge e se desenvolve, vem das novas oportunidades que os mercados de massa oferecem e da necessidade de tornar mais eficaz a atuação e a informação dos meios de comunicação de massa quanto aos ideais consumistas.

## **5.2 Esporte atual: para uma possível contextualização de suas múltiplas dimensões**

O esporte atualmente está caracterizado como um fenômeno sócio-cultural e político-econômico com grande influência e significado no cenário mundial, um fenômeno com múltiplas possibilidades e interpretações. Hoje envolvido cada vez

mais por parâmetros empresariais e mercantis, faz de sua vocação para o espetáculo e de sua penetração significativa perante a sociedade um veículo de comunicação eficaz com estratégias mercadológicas atrativas e lucrativas (PRONI 1998).

Para ilustrar a importância do Esporte-Espetáculo e seu poder de influência, reportamo-nos a maneira pela qual se tornou nesse rentável e atraente espetáculo e suas relações com desenvolvimento da sociedade. Agora faremos uma breve contextualização

Para Nuzman (1996), ao ponto que a indústria do entretenimento cresce tornando-se uma das principais atividades da economia, o esporte adquire novos papéis, configurando-se como uma linguagem universal. Esses papéis referem-se às interpretações dadas ao esporte; seu envolvimento com a sociedade, seu valor educacional, seu poder de excitação e distração.

Com a passagem das gravações de eventos esportivos para transmissões ao vivo a televisão gerou um impacto nas relações dos meios de informação e a sociedade. O esporte teve suas relações comerciais e políticas ampliadas. (NUZMAN 1996).

*“O mundo atual é fracionado por imagens, pois está cercado pelo vídeo e pela televisão. O imaginário não se reduz à imaginação; é verdade, o registro da identificação pessoal que atua como um espelho. As imagens são, portanto, modelos de identificação como se pode ver na publicidade e no esporte” (NUZMAN, 1996)*

O esporte e sua reprodução nos dias de hoje está muito ligada à imagens, que transmitem símbolos e emoções específicas o que pode comprovar a vocação do esporte para o espetáculo

A espetacularização e comercialização do esporte fez com que originasse uma busca cada vez maior e incessante de novos praticantes e consumidores do esporte. Em *O Esporte como indústria: solução para criação de riqueza e emprego* (1999) organizado pela Fundação Getúlio Vargas encontramos informações que comprovam essa afirmação, dizendo que existe uma preocupação de se construir unidades esportivas múltiplas e polivalentes para que cada vez esportistas pratiquem diversas modalidades. Esse estudo comenta ainda que no Brasil vem ocorrendo uma expansão de praticantes e interessados no esporte, que patrocinadores e mídia têm aumentado seus interesses nessas atividades, mas, no entanto as modificações de legislação sofridas seqüencialmente e modelos organizacionais mal geridos tem afetado esse desenvolvimento do esporte.

Esse aumento do número de interessados e de formas de interesses no esporte está relacionado também as possibilidades e interpretações, que como já dissemos, são características inerentes ao fenômeno esportivo.

Para ilustrar como o esporte, sobretudo no alto rendimento, reflete na sociedade como um instrumento de comercialização e espetáculo, podemos identificar nas relações dos indivíduos com o esporte diversas formas de consumo e relações comerciais, desde o espectador que paga para assistir determinado evento esportivo, do patrocinador que investe no evento, na mídia que realiza a cobertura, do telespectador que consome além do próprio evento os seus anunciantes, dos produtos e serviços gerado acerca do evento enfim de todo a

estrutura seja ela física ou não que proporciona o envolvimento comercial do esporte com a sociedade.

Quando nos reportamos ao ambiente escolar, num corte mais específico da sociedade, estamos preocupados com a reprodução simples e acrítica do esporte e dessas suas possibilidades comerciais para os alunos, partindo da hipótese de que o fenômeno Esporte-Espetáculo tem significativo poder de influência sobre os mesmos.

### **5.3 Espetáculo, Mídia, Escola e Educação Física**

Partimos nesse momento para a contextualização da mídia na sociedade e suas inter-relações com a Escola e a Educação Física Escolar. Observamos a mídia totalmente integrada na vida das pessoas, transmitindo informações, criando imaginários e construindo uma interpretação de mundo.

O quadro a seguir, construído para facilitar uma análise comparativa, faz algumas considerações sobre a relação dos meios de comunicação e informação com a sociedade, referindo-se à construção de modelos e identidades que criam e veiculam como verdades absolutas para a sociedade e também a relação desses meios com a escola e a educação física escolar criando significados e estabelecendo uma influência voltada para o consumo e reprodução dos discursos, e ainda a dificuldade da escola inserir esse fenômeno sob uma forma reflexiva e crítica em seu ambiente.

Os autores desenvolvem seus textos em perspectivas diferentes e que organizamos com o objetivo de construir relações entre alguns de seus argumentos teóricos.

<b>Meios de Comunicação e Sociedade<sup>2</sup></b>	<b>Escola e Educação Física Escolar</b>
<i>Os meios de comunicação de massa (as mídias) assumem um papel de produção de modos de existência, organizando fluxos de acontecimento (espetáculos) sob formas dramáticas, sensacionalistas, criando e exacerbando identidades – produzindo emoções (COIMBRA, 2001)</i>	<i>Os meios de Informação exercem influência constante e decisiva na cultura corporal de movimento, informando e ditando formas, construindo novos significados e modalidades de entretenimento e consumo em especial no caso do esporte. (BETTI, 2001)</i>
<i>Construtora e propagadora de imaginários e identidades. Fazendo que os indivíduos sejam sujeitos de determinados discursos (GOMES, 2001)</i>	<i>Crianças e adolescentes consomem a mídia com maior assiduidade, sobretudo nas fases mais críticas da formação e mental do ser humano. A mídia rivaliza com a escola e a família como fonte de fomentação de valores e atitudes.(BETTI, 2001)</i>

Os meios de comunicação muitas vezes são colocados como lugares de circulação e legitimação de saberes, abordando a condição de produtora da verdade. Como dissemos os meios de informação criam formas e significados (ídolos, crenças, informações), que são produzidos de tal maneira, a serem interpretadas como discursos e modelos absolutos e verdadeiros, inibindo e desestimulando a reflexão e confronto crítico, e deixando em segundo plano até mesmo aspectos éticos e morais se necessário.

<b>Mídia e Sociedade</b>	<b>Escola e Educação Física Escolar</b>
<i>Veiculação de mitos, ídolos e crenças que representam verdades inquestionáveis para fãs e adoradores, consumidores em potencial, não só dos produtos como das mitologias difundidas por elas (Gomes, 2001)</i>	<i>A escola tende a reproduzir os discursos e soluções apontadas pelas mídias. Não promove um diálogo. Apenas reforça a obtenção de informação compacta e fácil em detrimento a uma reflexão crítica. Essa situação gera uma ausência de significados (Gomes, 2001)</i>

A Educação Física Escolar, no geral, vem sendo confundida e baseada em um recorte essencialmente voltado ao esporte, reproduzindo o discurso da mídia, transformando seus alunos cada vez mais em consumidores do Esporte-Espetáculo, subordinados a uma pedagogia tecnicista e seletiva.

O valor educacional do esporte na escola deve estar em torno da transformação de conduta dos alunos, da formação de opinião e reestruturação de valores através das aulas de Educação Física. (Paes 1996)

É necessário que a Escola leve em consideração o discurso da mídia, que como podemos observar estão presentes diretamente na vida dos alunos, porém isso deve ser feito de uma maneira crítica, estabelecendo um diálogo entre a escola e a mídia, constituindo um novo conceito de prática esportiva. Os agentes influenciadores do Esporte-Espetáculo não podem ser desconsiderados dentro de um projeto de Esporte na Escola.

<sup>3</sup> O quadro foi elaborado utilizando-se de cada autor um conceito sobre uma das temáticas trabalhadas: mídia, sociedade de massa, educação, imaginário social, e conseqüentemente tentamos cruzar as informações relacionando-as com o estudo desenvolvido

Gomes (2001) menciona Rosa Fisher e apresenta a idéia da autora de que os educadores devem ter acesso à abordagens e objetivos de conhecimento da mídia televisual, de tal forma a dominar uma tecnologia e assumirem um papel de críticos da cultura, passando a história do próprio tempo.

A transformação que o esporte provoca é reflexo de todo seu desenvolvimento perante aos acontecimentos políticos, sociais e culturais, conforme tentamos descrever anteriormente.

É imprescindível examinarmos as relações entre Esporte-Espectáculo, a ação dos meios de comunicação, e a Educação Física Escolar e a Pedagogia do Esporte, a fim de identificarmos as linguagens do Esporte-Espectáculo presentes nos cotidianos da sociedade

#### **5.4 Os meios de comunicação e a pedagogia do esporte**

O esporte como dissemos desenvolveu-se de forma determinante com o advento dos meios de comunicação. A pedagogia do esporte na sua forma atual deve lidar com a o Esporte-Espectáculo e suas relações comerciais e comunicacionais, ou seja com suas possibilidades mercadológicas e de veiculação de mensagens.

O papel dos meios de comunicação como produtores e transmissores da informação e do entretenimento, devido a sua capacidade e necessidade de construir e vender imagens e símbolos, interferem na formação de opiniões e em mudanças ou modelos de comportamentos e de organização do cotidiano social. (Sanfelice, Hatje e Carvalho, 2001).

Para ilustrar essas idéias nos reportamos a Umberto Eco:

*“O rádio e a televisão constituem um meio técnico apto para transmitir sons e imagens a grandes distâncias e em segundo lugar (aspecto esse que foi alvo de muitas discussões), um meio artístico que, como tal, promove a formação de uma linguagem autônoma e abre novas possibilidades estéticas.” (p. 315)*

A essas possibilidades estéticas que Eco atribui aos meios de comunicação, no caso o rádio e a televisão, entendemos como os saberes e mensagens veiculadas como modelo de verdade e comportamento para a sociedade.

Em Moreira (1993) vemos que o paradigma da ciência mostra-se mecanicista, findado no modelo onde a soma das partes representam o todo, expressão de um modelo reducionista, permitindo-nos assim, constatar essa representação na educação e nos valores da formação escolar.

A Educação Física Escolar segue um modelo fragmentado também, tendo um modelo tecnicista e de competição. Vemos o esporte como principal meio das aulas de Educação Física, esse esporte escolar, segue a proposta pedagógica da Escola, deixando de se desenvolver uma pedagogia apropriada e inerente ao processo esportivo e suas múltiplas interpretações e possibilidades.

Entendemos como pedagogia o processo metodológico de ensino e educação para o desenvolvimento da personalidade com o objetivo de levar o conhecimento na suas diferentes formas.

Montagner (2001) citando Freire (1998), amplia os quatro princípios básicos descritos por esse autor, para cinco os princípios norteadores de uma pedagogia do esporte:

1. ensinar esportes
2. ensinar esportes bem a todos
3. ensinar mais do que esportes
4. ensinar a gostar de esportes
5. ensinar a entender criticamente os esportes na sociedade, qualificando o aluno para uma percepção do esporte enquanto conhecimento situado, compreendendo e construindo-o como um elemento significativo da cultura.

Na Educação Física Escolar podemos identificar elementos educativos que necessitam ser compreendidos em sua relação com outros fenômenos sociais entre eles os meios de comunicação, influenciador e produtor de mensagens com elementos culturais.

Pires e Gonçalves (2001) falam sobre a responsabilidade pedagógica da Educação Física de incluir no processo ensino – aprendizagem ferramentas que permitam aos alunos interpretar criticamente e se relacionarem de forma autônoma com as mensagens dos meios de comunicação.

*“Do ponto de vista do esclarecimento e da formação do receptor- sujeito em relação à cultura esportiva, isso indicaria a necessidade de se buscar que os sujeitos sob a responsabilidade pedagógica do profissional de Educação Física, através do acesso / apropriação de elementos conceituais e técnicos de mediação, possam interpretar criticamente o discurso midiático, condição que se requer também dos próprios profissionais de área, pressuposto para que estes possam ser, de fato, agentes do esclarecimento das estruturas de mediação dos seus alunos-cidadãos” (PIRES e GONÇALVES, 2001 p 2)*

Não podemos deixar nos influenciar por afirmativas que caracterizam os meios de comunicação, sobretudo a televisão, como um instrumento apenas de alienação e manutenção, é verdade que reproduz uma cultura de massa, mas possui uma outra possibilidade, um potencial que permite ao seu público ampliar e inserir-se no mundo, de maneira atuante e crítica, por isso alertamos para a função do professor de Educação Física e do técnico de esportes, com seguinte a afirmação de Betti, “ *o problema não está no meio em si, mas na estrutura industrial que o rege*”, cabendo a nós compreender e lidar com esses fatos.

## **6. Procedimentos para coleta das informações**

Subdividimos as informações coletadas dos programas nos seguintes grupos de análises:

### **6.1. Chamadas:**

Recurso técnico utilizado para apontar o que vai ser apresentado e para criar expectativa ao telespectador.

### **6.2. Gêneros Jornalísticos<sup>4</sup>**

Tomamos como parâmetros os estudos de Camargo (1998) citando Marques de Melo, definindo gêneros como os modos comunicativos baseando-se na intenção e estilo de redação das mensagens.

Utilizamos as classificações dessa última referência, com algumas adaptações e alterações de nomenclatura, sem no entanto modificar o conceito, com intenção de facilitar as análises, permitindo um reagrupamento que condiz com os objetivos propostos, classificamos assim:

#### *6.2.1. Categoria Informativo*

Compreendendo a descrição e narração de um fato ou fenômeno.

Nesse item encontramos os seguintes tópicos:

#### **A - nota simples**

---

<sup>4</sup> A classificação original e definições completas dos gêneros encontramos em CAMARGO (1998)

Relato simplificado de um acontecimento que está sendo processado, recente, que abordam resultados da rodada esportiva, informações sobre os atletas, eventos, e outras informações, sendo um texto falado pelo apresentador

#### B -nota coberta

relato simplificado de um acontecimento que está sendo processado, recente, sendo oferecido a imagem com narração em *off*.

#### C -Reportagem

Relato ampliado de um fato, integral, com vários enfoques sobre o acontecimento, sendo mais estruturado que a nota, para uma elucidação maior dos fatos, combinando textos e imagens, entrevistas.

#### *6.2.2. Categoria Opinativo*

Descrição ou versão do fato a partir de um ponto de vista em forma de análise ou interpretação. Nele encontramos os gêneros a seguir:

#### A - comentário/ opinião

emite uma opinião ou uma versão sobre os fatos, podendo ser da própria empresa, ou do apresentador ou convidado

### B - debate

caracteriza-se pela interatividade entre os participantes do programa onde os apresentadores, convidados e telespectadores discutem e opinam sobre um mesmo tema

### C - charges /caricaturas

imagem ou desenho, utilizado para caracterizar um determinado acontecimento

#### *6.2.3. Interativo*

Compreendendo os meios que permitem a participação dos telespectadores: quiz, pesquisa, telefone, fax, email, e outras possibilidades.

### **6.3. Categorias de mensagens**

Consideramos categorias de mensagens a essência do conteúdo da mensagem utilizando aqui como referencia de classificação o estudo de Sanfelice, Hatje e Carvalho (2001), realizando como no item anterior, o reagrupamento e renomeando algumas categorias conforme entendemos ser melhor para a compreensão deste estudo.

### 6.3.1. *Heroísmo*

Exacerba as conquistas do clube ou grupo, criando um contexto heróico, mitificando a equipe, a conquista e principalmente os agentes esportivos individualizando o fato.

### 6.3.2. *Exaltação positiva de um fato*

Exposição dos valores positivos da atitude, conquista, méritos dos agentes esportivos ou do próprio fenômeno.

### 6.3.3. *Exaltação negativa de um fato*

Exposição dos valores negativos da atitude, conquista, méritos dos agentes esportivos ou do próprio fenômeno.

### 6.3.4. *Traços relativos à violência*

Exposição de expressões ou acontecimentos de conduta violenta, seja física, gestual ou verbal.

## 6.4. **Modalidades**

Aqui destacamos as diferentes modalidades esportivas seus respectivos eventos, presentes nos programas analisados.

## **6.5. Agentes Esportivos**

Consideramos como agente esportivo., aqueles que fazem parte do espetáculo esportivo: atletas, ex-atletas, comentaristas, dirigentes.

Neste tópico visamos analisar a aparição e as formas que os agentes são expostos, com citações positivas ou negativas, com imagem , com entrevistas.

## **6.6. Conteúdo das mensagens**

Por fim, identificamos no conteúdo das mensagens, frases (chamadas) que possuem grande apelo e possibilidades de interpretação e inferência sobre as categorias de mensagem acima explicitadas, entendendo e formulando hipóteses de como pode influir na pedagogia do esporte.

## **7. Apresentação dos resultados, análise e inferência**

A proposta desta discussão não é representar as diferenças entre os dois programas estudados, mas sim entendê-los conforme os blocos que orientaram a discussão da monografia: o esporte nos meios de comunicação e a relação que os ídolos/mitos e modalidades estão dispostas. Mesmo existindo diferenças entre os programas das duas emissoras, que em algum momento apontaremos, o centro do estudo está focado na mensagem e no seu conteúdo.

Apresentamos primeiramente as informações quanto aos aspectos de estruturação dos programas, mostrando os gêneros jornalísticos, as modalidades e as distribuições e ocorrências. Prosseguindo com uma discussão sobre os agentes esportivos que maior destaque tiveram ao longo do período estudado.

Por fim, seguindo a metodologia proposta discutiremos os conteúdos das mensagens, paralelamente com as categorias de mensagem, expondo alguns exemplos junto com comentários e possibilidades de inferência da pedagogia do esporte.

### **7.1 Quanto aos Gêneros Jornalísticos e as Chamadas**

Relembramos aqui os termos definidos anteriormente: nota simples, nota coberta e reportagem (categoria informativo); comentário, debate, charge e caricatura (categoria opinativo) e categoria interativo.

O ET utiliza como recurso principal as reportagens, enquanto no GE a nota coberta é o gênero mais utilizado.

Exemplificamos com um nota coberta do GE do dia 9 de setembro sobre o 100º gol do jogador do Fluminense Romário em Campeonatos Brasileiros, dizendo que ele volta a ser notícia de 1º página com esse feito, enquanto no ET do mesmo dia, uma reportagem apresentava o fato, entrevistando os companheiros de equipe, o técnico e o próprio jogador.

“Romário volta a ser notícia de 1º página” (GE 9/set) – nota coberta

“O Fluminense começou bem mas resolveu dar um susto na torcida tricolor, quem salvou foi o baixinho Romário que fez o seu e titou um peso dos ombros, foi o 100º gol em brasileiros.” (ET 9/set) - reportagem

A reportagem por ser uma matéria mais elaborada, que informa o fato, com intervenção do narrador, do comentarista, do repórter, apresenta entrevista com os agentes esportivos, permite ao telespectador diferentes opiniões ou visões sobre determinado fato, proporcionando sua interpretação. Já a nota coberta combinando textos e imagens, oferece uma informação mais “mastigada”, produzida pelo narrador ou comentarista, uma visão pronta do fato.

As chamadas também foram recursos bastantes utilizados pelos programas de duas formas, no início, para anunciar o que será noticiado, e no decorrer, gerando a expectativa acerca do assunto.

“O brasileirão abriu mais uma rodada com aquilo que o brasileiro mais gosta, gols, gols e mais gols” ( ET 14/set).

“Daqui a pouco, Rodrigo Fabri comanda a goleada gremista sobre o Corinthians” associando a legenda “Tri-Legal Rodrigo!!!” e “Já, já o caminhão gaúcho que atropelou o Corinthians” associando a legenda “4 rodas” (GE 9/set)

Esse último nos mostra a chamada para criar expectativa no telespectador, geralmente escolhendo um ou dois temas principais para apresentar no término do programa. As notas simples foram utilizadas para informar resultados de alguns fatos esportivos, principalmente de modalidades com menos apelo midiático, como basquete, atletismo. O gênero comentários apareceu poucos e na maioria das vezes presente na fala do apresentador.

O GE utiliza-se ainda muito da categoria interativo, utilizando de enquetes sobre assuntos polêmicos, com auxílio da internet, escolha do gol mais bonito, e participação em reportagens com opiniões e comentários do público.

“Gol do internauta.... vote em um dos gols. Os candidatos são feras. Rodrigo Fabri e Romário” (GE 9/set)

Como isso pode ser encarado pela Pedagogia do Esporte ? Se percebemos que os dois gêneros predominantes são as reportagens e as notas cobertas deve-se preparar o aluno para interpretar o que é o fato e o que é apresentado, dando-lhe condições de fazer um esporte conhecendo suas possibilidades, sem aceitar integralmente a tendência da nota coberta e possibilitar-lhe a tomada de uma decisão acerca de uma reportagem.

Assim podemos contribuir para formar o aluno que vai participar do fenômeno esportivo seja ativa ou passivamente.

*“...a principal tarefa da educação física na escola é introduzir e integrar o aluno na cultura corporal de movimento, formando o cidadão que vai produzi-la, reproduzi-la e transformá-la, instrumentalizando-o para usufruir do jogo, do esporte, da dança, e das ginásticas em benefício de sua qualidade de vida” (BETTI, 1996, p.19)*

## **7.2 Quanto as Categorias de mensagens**

Nesse momento partimos para uma análise propriamente dita do conteúdo das mensagens, subdividindo-a pelas categorias de mensagens que descrevemos anteriormente. Observamos e coletamos as mensagens na fala do apresentador ou narrador da matéria jornalística, e em alguma ocasiões especiais, que identificaremos, a fala do repórter, ou participante da notícia.

### **Heroísmo**

Nessa categoria tentamos identificar as mensagens que destacam determinada equipe, e no caso mais freqüente, determinado atleta, colocando o como centro da matéria, centro das atenções. Seus feitos passados, fazem com que seja importante no presente, que seja o herói, mesmo que não esteja no seu melhor momento.

O que os atletas representam enquanto mitos do esporte, não os deixam fora dos meios de comunicação, como ainda os coloca como centro das atenções.

Uma reportagem onde a apresentadora informa o resultado sofrido da vitória da Equipe do Fluminense sobre o Figueirense, o repórter diz:

“No Maracanã poucos torcedores, foi aos 44 do 2º tempo que ele decidiu, Romário fez uma jogada genial e marcou seu 100º gol em Campeonatos Brasileiros” (ET 9/set)

A entrevista com os companheiros da equipe, o técnico dizendo que “quem tem Romário pode ganhar o jogo a qualquer momento”. O jogador, o herói, o individualismo, a consagração de quem já foi consagrado várias vezes. É isso que as crianças e adolescente vêm, sabem que o Fluminense ganhou, mas pelo enfoque da mensagem, pela centralização, o resultado, o placar é um detalhe perto do heroísmo do atleta.

Uma notícia sobre a seleção de basquete masculino da Eslovênia, campeã mundial reforça esse conteúdo de heroísmo e de uma relação e identificação com o público.

“A Eslovênia, seleção campeã mundial de basquete foi recebida com festa depois do penta. Os jogadores que desbancaram o Dream Team Americano, não decepcionaram, o capitão do time mostrou o troféu e a população aplaudiu os novos heróis nacionais” (ET 10/set)

A construção do herói pela televisão, do mito, é um recurso estético e fantasioso que é facilmente captado pelo público. A veiculação do espetáculo pela televisão exige que se tenha personagens e que esses sejam identificados e geridos como modelos de super-heróis. Um gol, o centésimo gol, um título, pelas mensagens são feitos maravilhosos, grandiosos, realizável por quem tem esse dom, esse poder, e o telespectador pode através da matéria, através das mensagens e das imagens se aproximar do acontecido, sendo “cúmplice” do Romário, dos iugoslavos.

### **Exaltação positiva de um fato e Exaltação negativa de um fato**

Pudemos perceber que a mensagem televisiva valoriza muito a vitória, a conquista e a consagração do esporte. Interessante foi perceber que para difundir esses valores, muitos recursos e argumentos expõem os valores de forma negativa, sob um discurso de humilhação e fracasso. Grande parte das matérias tiveram como categorias de mensagem a exaltação de valores positivos ou negativos. Enaltecem os significados da vitória pela ausência dela.

“Na areia espanhola o Brasil conquistou 4 medalhas no Circuito Mundial de Vôlei de Praia, na etapa em Palma de Maiorca... ( GE 9/set)

“ O Flamengo mandou bem no Maraca, a equipe rubro negra bateu o Atlético PR...” ( ET 12/set)

"A seleção brasileira de basquete feminino começou e muito bem o mundial de basquete na China..." ( ET 14/set)

"Finalmente acabou o jejum, depois de 2 anos sem levantar 1 título, o americano Pete Sampras ganhou de André Agassi e conquistou o Aberto dos EUA pela 5ª vez"(GE 9/set)

"A rodada do Brasileirão foi negra para os paulistas..." ( ET 9/set)

"O Corinthians nessa 2ª feira acordou angustiado, afinal foi uma surra gremista" ( ET 9/set)

"Ainda não foi desta vez que a Ponte Preta conseguiu sua 1ª vitória fora de casa..." (GE 9/set)

"O Palmeiras jogou longe da pressão da torcida, mas trouxe uma derrota na bagagem" (ET 11/set)

Nesse apresentação podemos interpretar dois aspectos negativos. O primeiro que a torcida da própria equipe é prejudicial, jogar diante dela é um fator negativo, enquanto longe da pressão, as coisas podem ser mais fáceis, e ainda assim o resultado é negativo.

"Muita briga na noite de ontem para fugir do rebaixamento do Brasileirão" (ET 12/set)

Essa chamada mostra o quanto é importante não perder, reforçando a disputa, a luta para se manter na elite do futebol, e ser um vitorioso, mesmo que

seja o 22º colocado no Campeonato (do 23º ao 26º lugar as equipes são rebaixadas), mas não terá a humilhação e o fracasso.

Essa valorização incessante da vitória deve ser compreendida pela pedagogia do esporte na medida que o aluno leva para a escola esse discurso. Lembramos que a escola deve considerar o que a criança já sabe, toda a experiência que já viveu e vive dentro e fora dela, e os meios de comunicação, sobretudo a televisão, constitui-se em uma dessas experiências.

As mensagens não refletem o lado lúdico do esporte. A questão de vitória e derrota é o muito marcante, vencer e perder tem suas conseqüências e causas., que são muito mais importante do que o simples resultado. A pedagogia do esporte deve interferir nas questões derrota e vitória, no saber perder e no saber vencer, deve ainda ser o facilitador do entendimento do fenômeno esportivo.

### **Trços relativos à violência**

Nessa categoria encontramos poucas matérias enfocando diretamente a violência como foi o caso de uma briga generalizada no jogo Sport e Botafogo-SP pela série B do campeonato brasileiro.

“Pela serie B o Sport bateu o Botafogo de Ribeirao Preto e é o lider da competição, mas o **clima esquentou** na ilha do retiro com uma provocação do lateral Rissut do Sport, que fez embaixadas ao melhor estilo Edilson” (ET 9/set)

“ Na 2º divisão uma **briga** feia causada por uma...” (GE 9/set)

Entendemos que uma abordagem sobre uma briga generalizada no futebol deve vir seguida de esclarecimentos de uma condenação por tais atos. Trazendo para a pedagogia essa discussão teríamos que esclarecer que o comportamento violento e agressivo por um lance desrespeitoso do adversário não é digno nem coerente com a prática desportiva, assim como utilizar de recursos para humilhar e satirizar o adversário também não. Reforçando que uma atitude não justifica a outra.

Em algumas mensagens encontramos palavras que possuem conotação violenta.

“Muita **briga**...para fugir do rebaixamento” (ET 12/set)

“A equipe rubro-negra **bateu** o Atlético PR” (ET 12/set)

“O Corinthians recebe o Goiás..... uma derrota vai piorar ainda mais o **tumultuado** ambiente do Parque São Jorge” ( ET 12/set)

“ Que a safra de laterais esquerdos no Brasil é boa, ninguém dúvida, uma prova disso é o Guarani, o time tem 2 atletas que **brigam** jogo a jogo pela posição” (GE 10/set)

Esse tipo de linguagem já foi apropriada pelo esporte, mas temos de estar atentos a sua incorporação por parte de crianças fora de um contexto ou sem um significado bem esclarecido e definido.

### 7.3 Quanto as Modalidades

A análise quanto as modalidades não foi diferente daquilo que era previsto ,

uma vez que apresentou o futebol como grande conteúdo dos programas. O que podemos acrescentar foi que o tênis apresentou um espaço mais amplo do que apresenta normalmente, por se tratar de uma semana, na qual acontecia o Aberto do Brasil de tênis na Costa do Sauipe na Bahia, com presença de alguns tenistas internacionais e nacionais conhecidos.

O que podemos comentar aqui é que muitas vezes constatamos nas escolas o futebol como principal modalidade das aulas. Isso poderia ser diferente se a televisão abordasse outras modalidades da mesma forma que aborda o futebol? Por exemplo quando fala de atletismo, basquete, handebol, até mesmo do vôlei, embora esse tenha uma espaço um pouco maior na programação, os programas se utilizam de notas simples, ou em algumas ocasiões notas cobertas, apenas informando o resultado de um jogo, não gerando um vínculo entre tal modalidade e seus agentes com o telespectador, não “empolgando” o torcedor.

Mas será que essas outras modalidades seriam bem aceitas pelo público? Adentramos em questões complicadas, os programas são da forma que se apresentam por que seu publico assim exige? , ou o público está acomodado e influenciado pelo padrão de esporte na mídia? Mais uma vez lembramos a importância de fazer uma pedagogia do esporte, que não deixe de olhar para tal fenômeno.

#### **7.4 Quanto aos Agentes Esportivos**

Nesse item procuramos perceber nos 12 programas gravados alguns agentes esportivos que tiveram um destaque significativo durante esse período. Consideramos como destaque, a aparição em matérias, entrevistas, citações, e

ainda quando é lembrado em uma outra circunstância que não direta sobre ele ou sua equipe.

“Hoje, o brasileiro que no anos passado, logo na 1º rodada despachou **Gustavo Kuerten** deu adeus ao Torneio” (ET 9/set)

“E amanhã, ah! preparem-se tem **Guga** nas quadras do Sauipe” (ET 9/set)

“**Guga** faz 26 anos hoje e estreia no Aberto do Brasil de tênis hoje a noite” ( GE 10/set)

“Depois de uma 2º feira negra os brasileiros começaram a fazer bonito na Costa do Sauipe, o responsável pela virada no animo da galera só podia ser o irreverente Meligeni. Na quadra ao lado **Gustavo Kuerten** treinava com o técnico Lari Passos” (ET 10/set)

No primeiro caso temos uma reportagem que se refere ao tenista brasileiro Flávio Sarreta, mas no entanto seu nome só vem ser conhecido momentos após ser dito que ele venceu Gustavo Kuerten (Guga )na ultima edição do torneio. Mensagens como essa mostra a importância do ídolo. Guga sequer esteve em quadra mas ele foi citado na reportagem, e mais durante a informação do resultado do jogo de Sarreta, aparece imagens de Guga treinando e uma entrevista com seu técnico Lari Passos.

Em uma semana na qual acontecia um evento internacional de tênis no Brasil, Gustavo Kuerten, o principal atleta desta modalidade do país esteve presente de várias formas nos holofotes da televisão, era seu aniversário, jogando no Brasil, se recuperando de uma temporada ruim, seu técnico aparecia mais do que outros tenistas brasileiros como o próprio Flavio Sarreta e Fernando Meligini, Uma verdadeira exposição do ídolo.

Romário, jogador do Fluminense foi outro atleta que esteve presente nos programas, ainda mais por ter alcançado um feito histórico, 100 gols em campeonatos brasileiros.

“**Romário** volta a ser notícia de 1º página” fala do repórter: “**Romário** parece procurar o que não acha há 5 rodadas, o 100º gol em brasileiros...” (GE 9/set)

“No Maracanã o **Baixinho** que anda muito irritado com as críticas, finalmente marcou, são 100 gols em Brasileiros” (ET 11/set) ; ( Baixinho, é como Romário também é chamado)

“O Botafogo encara daqui a pouco o líder Juventude no Maracanã e espera contar com o brilho de sua estrela solitária...” , fala do repórter: “Ademilson, chegou de mansinho e já vem fazendo seus gols, mas concorrência é difícil, **Romário** ( Fluminense) e Kleber (Atlético PR) também são artilheiros. ( ET 12/set)

Atletas como Diego e Robinho do Santos Futebol Clube, tidos como grandes revelações, toda vez que os programas se referem ao Santos, destacam esses atletas como promessas, nova geração e responsáveis diretos pelos resultados da equipe. As citações, os lances, os dribles e imagens associadas aos dois jovens atletas estiveram presentes em 5 dos 12 programas analisados.

“O Santos só não venceu porque não brilhou a estrela e **Diego**” (GE 9/set)

“**Os meninos da Vila**, começaram bem em Curitiba, mas...” ( ET 12/set)

Marcos, do Palmeiras , Kaka do São Paulo e Kleberson do Atlético PR, pentacampeões do mundo com a seleção brasileira na Copa Japão e Coreia 2002, participaram de 5 entrevistas e foram citados por 9 vezes. Partindo-se de uma

observação na qual percebemos o Atlético PR, atual campeão brasileiro, o São Paulo, com grande destaque nacional e o Palmeiras com igual destaque e fazendo uma campanha bem abaixo do que o clube representa, quando se noticia esses clubes a presença desses três jogadores que fizeram parte da história do futebol nacional participando da conquista de um campeonato mundial, torna-se compreensível.

“O goleiro **Marcos** ainda é um dos mais bronqueados com o momento do Verdão” (ET 9/set)

Ainda referente aos problemas enfrentados pela equipe do Palmeiras os jogadores Alexandre e Zinho e o técnico Levir Culpi do Palmeiras, aparecem com entrevistas e explicações constantemente.

O técnico Parreira do Corinthians, um clube considerado de massa, de grande público centraliza as matérias que falam sobre o clube, com entrevistas, citações e comparações, destacado também por uma conquista de um título mundial pela seleção brasileira de futebol em 1994, e por conquistas com o próprio clube em pouco espaço de tempo, tornando-se o destaque, o ídolo do clube.

“No Período de 9 meses essa foi a pior derrota do Corinthians na era **Parreira**” (ET 9/set)

Os jogadores Kleber do Atlético PR e Marcio do Parana Clube, que se destacaram pelos gols que vem fazendo no campeonato brasileiro, apareceram de forma significativa, em virtude do número de gols que vêm fazendo.

Por fim, em um ano de Copa do Mundo, vencida pelo Brasil, dois dos atletas de maiores destaques, são notícias.

“Na Europa, os dois **Ronaldos**<sup>5</sup> estão sem jogar pelos seus respectivos clubes há 40 dias, mas não saem dos holofotes da mídia” (ET 10/set)

“Na França **Ronaldinho Gaúcho** marcou, mas não evitou a derrota do PSG” (GE 11/set)

Essa observação é importante para sabermos quais os agentes estão em destaque nos meios de comunicação, é importante ainda, que nós saibamos interpretar o que representa cada um, porque são esses agentes que os alunos estarão em contato mais direto, são seus comportamentos que serão referências nas aulas, treinos, onde devemos estar atentos e instrumentalizados com uma pedagogia que comporte tais interferências e inferências.

## **8. Considerações Finais**

Finalizamos com algumas afirmações que já se fazem conhecidas e com algumas formulações de idéias de como o esporte está presente e disposto para a sociedade, sobre tudo para a comunidade escolar, nos meios de comunicação, tendo como centro do estudo dois programas específicos de esporte de televisão, e como a pedagogia do esporte deve lidar com isso.

O narrador e apresentador do programa esportivo ajuda a construir e reconstruir os fatos, a ianda utiliza-se de metáforas e jogo de imagens para atrair seu telespectador. . O esporte na mídia, da forma “que é” provoca um grande

---

<sup>5</sup> os dois Ronaldos são: Ronaldo Nazario, que no momento decidia sua transferência da Inter de Milão para o Real Madrid, e Ronaldo Assis (Gaúcho), do PSG.”

impacto sobre a maneira como percebemos e praticamos esporte, e a própria Educação Física

O esporte deve estar presente na escola assim como outros fenômenos contemporâneos, fazendo a escola viver em seu tempo. Considerando o que a criança já sabe, toda a experiência que já viveu e vive dentro e fora da escola, entre elas a mídia. Paes (1996) reforça que a pedagogia do esporte no ensino deve ser pensada tendo em conta as habilidades que o aluno (até mesmo de forma natural) adquire fora da escola, tendo entre essas habilidades, as informações e recepção das mensagens dos meios de comunicação

Sabendo utilizar o avanço tecnológico, que permite uma “democratização” de acesso a informação, chegando a população de tantas formas, é possível através de uma pedagogia esportiva planejada construir uma consciência crítica nas crianças e adolescentes, para que sua interação com o esporte não seja modelada e dependente de outros significados

Percebemos ainda, que as mensagens e abordagem dos programas, faz com que o atleta deixe de ter uma vida privada e vire um referencial ou modelo de veiculação de mensagem, ele é vigiado, tem sua vida regulada e controlada de perto pelo técnico, preparador físico, fisiologista, nutricionista, diretor, médico, e o mais recente o acessor de imprensa para que ele possa se adaptar ao modelo requerido pelos meios de comunicação, para que ele possua ser uma imagem, e principalmente um objeto observado por milhões de espectadores, telespectadores. Suas vitórias, suas derrotas, sua irreverência, sua solidariedade, seus atos são modelos e exemplos que a mídia utiliza para abordar o esporte.

A relação do público com o esporte não se esgota com fim do evento esportivo, existe os comentários, as gozações, a leitura de outras opiniões, as discussões, as conseqüências, a trajetória. O esporte é vivido antes, durante e depois, não acaba no ato, é por isso que entendemos que a pedagogia do esporte deve ter um conteúdo programático, trazendo as informações, e desenvolvendo o conhecimento e formação de valores acerca dessas possibilidades. Nessa continuidade do esporte, que os meios de comunicação permitem, é que os profissionais devem estar atentos e desenvolvendo possibilidades educativas para o fenômeno do Esporte-Espectáculo, muito representado pelo esporte de rendimento. Entender essa relação do esporte na sociedade sob um olhar dos meios de comunicação pode contribuir para um desenvolvimento de uma política educacional mais integrada com a sociedade.

A criança vê televisão com muita assiduidade, em um momento de seu desenvolvimento físico, mental e formação de valores. Aqui entendemos que ela não assiste apenas os programas esportivos, ali ela sabe que é o centro das informações esportivas, mas o esporte está presente, nas novelas, nos desenhos, nos filmes, nos comerciais, assim a sedução pelo consumo do esporte é extensa.

A essas relações do Esporte-Espectáculo e Sociedade, Montagner (2000) argumenta sobre a necessidade de mais estudos e aplicação dos mesmos para responder aos anseios da comunidade e organizar os conhecimentos do esporte de forma crítica, afirmando ainda, que o Esporte-Espectáculo é mais articulado e oferece uma visão associada aos interesses profissionais e mercadológicos do esporte, que dificilmente será modificada a curto prazo pelo trabalho dos pedagogos do esporte no campo.

As mensagens e conteúdos captados pelos alunos necessitam serem tratadas sob uma forma de fazê-los compreender e interagir com as informações obtidas, uma vez que reproduzem os imaginários criados pela mídia, assumindo como modelo de comportamento.

A pedagogia esportiva inserida no conteúdo da Educação Física Escolar deve ser o instrumento necessário para a preparação e desenvolvimento de uma visão crítica sobre esses dois fenômenos (Esporte- Espetáculo e Meios de Comunicação) com grande poder de influência na sociedade, e principalmente na faixa etária estudantil, tendo na escola e nos espaços de fomentação esportiva um caminho importante para a prática e desenvolvimento das ações esportivas.

Pó fim dizemos que além da pedagogia do esporte atender essas necessidades, deve-se possibilitar ao profissional instrumentos evidentes em sua formação voltados para a compreensão da comunicação esportiva.

## **9. Referências Bibliográficas**

**BARDIN, L. Análise de Conteúdo.** Lisboa, Publisher Lisboa. 1994

**BETTI, M. Imagem e ação: a televisão e a educação Física Escolar ( resultados iniciais).** Trabalho apresentado no XII Conbrace na forma de Comunicação Oral.

\_\_\_\_\_ **Janela de Vidro: esporte, televisão e educação física.** Campinas: Papyrus. 1998

**BOURDIEU, P. Questões de Sociologia.** Ed. Marco Zero: Rio de Janeiro, 1983.  
*Como se pode ser esportivo. p 136*

**BRASIL, Lei nº 9.981,** de 14 de julho de 2000 – Publicado no D.O em 17/07/2000

**CAMARGO, V.R.T. O Telejornalismo e o Esporte-Espectáculo.** São Paulo UESP, 1998. Tese de doutoramento

**COIMBRA, C.M. B.. Mídia e produção de modos de existência.** Psic.: Teor. e Pesq., Abril 2001, vol.17 no.1

ECO, U. **Apocalípticos e integrados**. Perspectivas, Coleção Debates; São Paulo, 1999.

ELIAS, N.; DUNNING, E. **Deporte y ocio en el proceso de la civilizacion**. traduccion de Purificacion Jimenez. Mexico.Fondo de cultura econômica, 1992.

GOMES, P. B. M.B. **Mídia, imaginário de consumo e educação**. Educ. Soc., 2001, vol.22 no.74

GUTTMANN, A. **From Ritual to Record: the nature of modern sports**. New York: Columbia University Press. 1978.

HATJE, M. **O jornalismo esportivo impresso do Rio Grande do Sul de 1945 a 1995; a história contada por alguns dos seus protagonistas**. Santa Maria. UFSM.1996. Tese de doutoramento

MONTAGNER, P.C. **Esporte, Marketing e Pedagogia: reflexões introdutórias**. Coletâneas, Congresso Científico Latino Americano da FIEP/UNIMEP. Piracicaba, 2000, p 404-408.

NUZMAN, C.A. **A importância do Marketing Esportivo no Esporte** (p. 13 a 28) in *Seminário INDESP de Marketing Esportivo 1995- Ouro Preto –MG*. Anais do Seminário INDESP de Marketing Esportivo em Ouro Preto, Brasília: INDESP. 1996 (Série Ciências do Esporte)

**PAES, R.R. Educação Física Escolar: o esporte como conteúdo pedagógico do ensino fundamental.** Tese de Doutorado. 1996. UNICAMP/FE

**PIRES, G. de L. e GONÇALVES, A. Cultura Esportiva e mídia: abordagem crítico-emancipatória a partir da Educação Física.** in *XII Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte - Caxambu –MG. Anais do XII CONBRACE*, cdroom, 2001.

**PIRES, G. de L. A Educação Física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória em pesquisa-ação no ensino de graduação. Subsídios para a saúde.** Campinas. FEF/Unicamp. 2000. Tese de Doutorado

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

\_\_\_\_\_ **Marketing e Organização Esportiva: elementos para um história recente do esporte espetáculo.** Campinas. Conexões, Ano I, n.1.1998

\_\_\_\_\_ **A Metamorfose do Futebol.** Campinas, São Paulo: Unicamp. Instituto de Economia, 2000.

**SANFELICE, G. R ;HATJE, M.; CARVALHO, S. Características e valores em programas esportivos de televisão.** Revista Com., Mov. E Mid.na Educação Física. Santa Maria.V. 6 nº 7. 2001 (p23-160)

Seminário INDESP de Marketing Esportivo 1995- Ouro Preto –MG . **Anais do Seminário INDESP de Marketing Esportivo.** Ouro Preto. INDESP. 1996

TRIVIÑOS, A . N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo, ATLAS. 1992

TUBINO, M. J. G. **Teoria geral do Esporte.** São Paulo , IBRASA. 1987.

TUBINO, M. J. G.; REIS, C. M. **Esporte e Cultura Física.** São Paulo, IBRASA. 1992

ZALUAR, A. **Cidadãos não vão ao Paraíso.** Campinas, SP. Editora da Unicamp, ESCUTA. 1994.