

ESPORTE E MÍDIA: DISCURSOS E REPRESENTAÇÕES PRESENTES NOS JOGOS PAN-AMERICANOS GUADALAJARA 2011

Janderson dos Santos Paixão¹
Universidade Federal de Sergipe

1- INTRODUÇÃO

O Brasil é o país onde está acontecendo os principais megaeventos esportivos do mundo. Isso começou, de maneira continental, com os Jogos Pan-americanos e o Para-Pan de 2007, realizado na cidade do Rio de Janeiro, e continuará, de maneira global, com a realização da Copa do Mundo de Futebol da FIFA, que será realizada em 2014 e, logo em seguida acontecerá as Olimpíadas e as Paraolimpíadas de 2016, no qual a sede será a cidade do Rio de Janeiro. Esse período de 2007 a 2016 tem sido chamado de a “década dos megaeventos esportivos no Brasil”.

Não podemos esquecer que já acompanhamos ou ainda iremos acompanhar neste período, alguns eventos esportivos que já aconteceram ou ainda irão acontecer em vários continentes, como os Jogos Olímpicos e Paraolimpíadas de Pequim (2008), os Jogos Olímpicos de Inverno (2010) em Vancouver, a Copa do Mundo de futebol da FIFA da África do Sul (2010), os Jogos Pan-americanos Guadalajara (2011), realizado no México, os Jogos Olímpicos de Inverno de Londres (2012) e os Jogos Olímpicos de Inverno de Sóchi na Rússia (2014), entre outros.

Trataremos neste estudo, do 16º Jogos Pan-americanos de Guadalajara, que aconteceu no México, no período de 14 a 31 de outubro de 2011. Esses Jogos tiveram a participação de países do continente americano (América do Sul, Central e do Norte) e são sempre realizados nos anos anteriores aos Jogos Olímpicos. Esses Jogos possuem algo muito especial, já que foi transmitido pela Rede Record de Televisão², quebrando

¹ Acadêmico do curso de licenciatura em Educação Física da Universidade Federal de Sergipe e pesquisador Labomídia- UFS. Contato: jandinhopaixao@hotmail.com

² A Record ainda transmitirá os Jogos Olímpicos de Londres 2012, os Jogos Olímpicos de Inverno de Sóchi na Rússia em 2014, os Jogos Pan-americanos de Toronto no Canadá em 2015, os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro em 2016 e os Jogos Pan-americanos de 2019, esse ainda sem local definido.

assim, a hegemonia que a Rede Globo de Televisão detinha sobre os principais grandes eventos esportivos do Mundo.

Este estudo tem a intenção de analisar quais os discursos e representações do campo esportivo que a Rede Record de Televisão utilizou no período que antecedeu os Jogos Pan-americanos de Guadalajara/2011, tentando detectar e compreender através das análises dos vídeos coletados quais as possíveis intenções, sentidos e representações que estão presentes nesse grande evento esportivo.

Os grandes eventos esportivos mobilizam milhões de pessoas em todo o mundo, independentemente da cultura, classe social, idade e etnia. Rúbio (2005) expõe algumas características dos megaeventos esportivos: “um megaevento se caracteriza por seu caráter temporal, sua capacidade de atrair um grande número de participantes de diversas nacionalidades e também por chamar a atenção dos meios de comunicação com um (sic) ressonância global”. Estes grandes eventos esportivos estão sendo realizados sobre a lógica da espetacularização, sendo desenvolvidos, assim, como grandes eventos midiático-esportivos, no qual, o público é visto como potencial consumidor de tudo aquilo que está inserido no espetáculo, não se limitando apenas a assistir, mais também a consumir certos produtos que são oferecidos pela mídia, desde equipamentos, materiais esportivos a alguns modos de vida.

Quando falamos em espetacularização de grandes eventos esportivos não podemos deixar de relacionar a mídia³. A mídia possui papel fundamental nessa espetacularização na contemporaneidade, torna-se impossível não relacionar o esporte aos meios de comunicação de massa (Televisão, rádio, internet, etc).

Algumas pesquisas trazem apontamentos, de que a mídia é uma das principais responsáveis pela criação de representações na sociedade, e isso, está acontecendo sobre os mais diferentes assuntos, mas principalmente quando estão relacionados ao Esporte, o que tem como consequência a fundamentação de grande parte das ações humanas. A mídia tem o poder de atingir todas as classes, através dos mais variados meios de comunicação.

³ O termo mídia origina-se do latim media, plural de medium, que significa meio. Meios em que um número relativamente pequeno de pessoas emite suas mensagens para um número relativamente grande de pessoas, vistas como um público homogêneo de receptores – fala-se em meios de comunicação de massa. (FENSTERSEIFER et al, 2005, p.282)

Nesse estudo trataremos da televisão pelo fato de ser o principal veículo midiático e o que causa mais impacto na população brasileira, essa afirmação pode ser confirmada com a pesquisa feita pelo IBOPE (INSTITUTO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA) , que afirma que a televisão é o meio preferido para se informar sobre esportes por 72% dos brasileiros, seguida por rádio (21%) e internet (16%). Através da televisão se conseguem divulgar mensagens de maneiras muito rápidas e abundantes, se levarmos em consideração que praticamente todos os lares brasileiros possuem televisão, logo se torna um veículo que precisa ser compreendido.

A televisão possui uma capacidade de disseminação de ideias muito rápida, o que a torna de certa maneira dominante, possui a capacidade de emocionar e mobilizar as pessoas sobre os conteúdos que são veiculados por ela, Schwier citado por Pires et al (2005, p.124) afirma que: “ quando o esporte é tratado pela televisão este procura dar uma forma épica a cada competição, captar imagens dos corpos dos atletas em atividade espetacular e produzir histórias comoventes de heróis”. Como consequência disso criam-se representações sociais, sentidos e significados acerca do esporte. Por isso, Gastaldo (2004, p.355), afirma que:

Os produtos veiculados pela mídia utilizam linguagens e articulam significado, criando representações que, ao serem veiculadas para a sociedade, tomada como “massa”, ressaltam alguns significados, ocultam outros, incorporam significados correntes em alguns grupos e os ampliam para toda a sociedade, entre outras operações, nas quais se manifesta potencial de veiculação de ideologia através da mídia, “naturalizando” representações sociais e operando no sentido da manutenção de uma dada relação de forças no interior de uma sociedade.

Partimos da hipótese de que a mídia tem influenciado através de suas programações esportivas o processo de ensino-aprendizagem dos jovens, gerando sempre novas representações sociais, seja do ídolo esportivo, da iniciação precoce, a questão do consumo, dos padrões corporais de estética e de saúde. Se pensarmos que o esporte tem sido trabalhado na escola como um dos principais conteúdos da Educação Física, torna-se pertinente analisar os discursos e as representações que estão inseridas

em um grande evento esportivo como os Jogos Pan-americanos Guadalajara/2011 a partir do olhar e da produção televisiva brasileira.

As programações televisivas hoje estão dando muita ênfase ao esporte, até pela oportunidade de está sempre lucrando, a espetacularização existente nos grandes eventos esportivos está atrelada a mercadorização, ou seja, tudo que está presente em um grande evento esportivo pode ser vendido e consumido pelo público, gerando lucros para grandes empresas que patrocinam o espetáculo, e isso, está acontecendo no Brasil e no mundo. Os Jogos Pan-americanos Guadalajara/2011 é um dos principais eventos esportivos do ano, por essa razão a Educação Física não pode perder a oportunidade de refletir e discutir em torno do fenômeno esportivo e suas representações sociais.

Portanto, o presente projeto tem o intuito de investigar quais são os discursos e as representações do campo esportivo que estão presentes nos Jogos Pan-americanos de Guadalajara/2011. O que irá sustentar essa pesquisa será o conceito de mídia-educação, Belloni (2005, p.46)) afirma que: “A Mídia-Educação ou Educação para as Mídias, tem objetivos amplos relacionados à formação do usuário ativo, crítico e criativo de todas as tecnologias de informação e comunicação.” Para Fantin (2006) a mídia- educação tem como objetivo “educar para, com e através das mídias” , democratizando as oportunidades educacionais, principalmente no sentido da interpretação, do acesso e da utilização das mídias. A partir desse conceito, veremos quais as possibilidades pedagógicas no trato com o conteúdo esporte.

Dessa forma o problema de pesquisa será apresentado neste momento, resultou em uma pergunta que norteará toda a pesquisa, em seus aspectos teóricos-conceituais e metodológicos: ***Quais discursos e representações sociais que estão presentes e foram utilizados pela Rede Record de Televisão no período que antecedeu os Jogos Pan-americanos de Guadalajara/2011?***

A mídia que será utilizada para a realização dessa pesquisa será a Televisão, pelo forte⁴ discurso midiático que foi feito pela Rede Record de Televisão, que é a detentora dos direitos de transmissão dos Jogos Pan-americanos Guadalajara/2011.

⁴ Essa palavra tem um som intenso, isso, remete ao que foi feito pela Record no período que antecedeu aos Jogos Pan-americanos, trazendo em seus noticiários diários, notícias relacionadas ao Pan-americano.

No decorrer do projeto será exposto o objetivo principal e algumas questões a serem investigadas sobre a temática, além de contextualizar e explanar brevemente acerca da literatura existente sobre as relações entre esporte e mídia, trataremos também das questões entre as representações sociais e os megaeventos esportivos, será estudado o conceito de agendamento esportivo e, por fim, verificaremos as possibilidades da mídia-educação na Educação Física. Por fim, a trilha metodológica da pesquisa estará planejada para prosseguir-la com o maior sucesso possível.

1.1- JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA DO ESTUDO

O fator relevante para a motivação dessa pesquisa se deve a aproximação com o tema Educação Física, Esporte e Mídia que teve sua origem na disciplina Pedagogia dos Esportes I, Disciplina de caráter obrigatório, cursada na graduação do curso de licenciatura em Educação Física na Universidade Federal de Sergipe. Através dos conteúdos que foram tratados e das reflexões que aconteceram nas aulas, despertou-me o interesse pelo assunto, principalmente pela sua importância para a área.

Após essa aproximação com o tema Educação Física, Esporte e Mídia, decidimos fazer uma análise dos discursos e das representações do campo esportivo que foram empregados pela Rede Record de Televisão no período que antecedeu os Jogos Pan-americanos Guadalajara/2011. Mostramos até agora o percurso que fiz com que chegássemos até essa pesquisa. Agora mostraremos os motivos que justificam essa pesquisa.

Primeiro apresento o motivo pessoal, pois não presenciei durante a minha vida estudantil os professores tematizarem um grande evento esportivo, sempre que acontecia Copa do Mundo da FIFA de Futebol ou Olimpíadas, no máximo o que acontecia era enfeitar a escola ou liberar os alunos para assistirem aos jogos, desde então tenho uma inquietação pessoal, levando em consideração que a escola e principalmente nós como futuros professores de Educação Física temos a possibilidade de tematizar esses grandes eventos esportivos nas aulas, reformulando nossos saberes/fazer e ajudando os alunos a compreender e interpretar tudo que está por trás dos conteúdos e dos discursos feitos pela mídia.

Outro motivo que justifica a pesquisa socialmente é o fato de que no Brasil acontecerão os maiores megaeventos esportivos do mundo (Copa do Mundo FIFA 2014, Olimpíadas 2016), Se pensarmos que a sociedade tem sido “moldada” pela espetacularização e mercadorização proporcionada do/pelo Esporte. O estudo dos Jogos Pan-americanos de Guadalajara/2011 traz uma grande oportunidade de investigar as possibilidades de utilização de um grande evento-esportivo e de como utilizá-lo nas aulas de Educação Física, observando justamente essa questão da espetacularização, a relação que o esporte tem com a mídia, fatores estes que estão presentes em um grande evento esportivo.

A razão principal advém da área acadêmica e científica. Existem algumas produções acerca do tema, tais como as pesquisas desenvolvidas por Lisboa; Mezzaroba; Munarim (2009) que teve o intuito de analisar as matérias produzidas e veiculadas pelo Jornal Nacional (JN) sobre os Jogos Pan-americanos Rio/2007; e outra pesquisa relevante para este estudo desenvolvida recentemente por Miranda *et al* (2011) teve como foco de análise a mídia, em especial o Jornal Nacional (JN), esses estudos realizaram as análises dos produtos midiáticos, relacionado a Educação Física o Esporte e a Mídia. Mas, acredito que seja necessário produzir mais trabalhos, já que o campo para o estudo de um grande evento esportivo, principalmente se fizermos uma relação com a mídia é imenso.

A Educação Física precisa se apropriar desses estudos para que os megaeventos esportivos que irão acontecer no Brasil sejam discutidos e refletidos, já que é uma grande oportunidade para que possam ser trabalhados outros conteúdos nas aulas (para dimensões além da questão prática, como sugerido pelos próprios PCNs, ao trazer a dimensão atitudinal e conceitual, por exemplo), sem deixar de trabalhar o esporte propriamente dito. Em relação ao Pan-americano de Guadalajara/2011 é ainda mais importante porque temos a oportunidade de trabalhar com várias modalidades esportivas, saindo um pouco da monocultura do futebol.

Logo, os profissionais que trabalham com a Educação Física escolar, devem refletir sobre tudo que estão fazendo, e buscar ter acesso a novas informações e conhecimentos, principalmente dessa temática que envolve o esporte e a mídia, Pires (2003) apud Mezzaroba (2008, p.22) afirma que: “É preciso que se “afine o olhar” sobre

a mídia, isto é, que se inclua no processo ensino-aprendizagem da área “elementos conceituais e técnicos capazes de levá-los [os cidadãos] a reconhecer e interpretar criticamente a mensagem do discurso midiático, a fim de se relacionarem autonomamente com ela.”

Por isso, estudos como esse possuem relevância no campo acadêmico e pedagógico da Educação Física, pois, irá contemplar a relação entre o esporte e a mídia, analisando os conteúdos e os discursos presentes em um grande evento esportivo, compreendendo assim, quais as representações sentidos e significados que lhe são atribuídos.

Contudo, destaco que a pesquisa vai ser feita em busca se não de uma solução para o vazio pessoal, social e científico que existe em relação ao objeto, mas em busca de algumas reflexões que contribuam para o início de uma compreensão sobre como um grande evento esportivo pode ser analisado na Educação Física escolar.

1.2- OBJETIVO GERAL

O objetivo central da pesquisa será identificar e analisar quais os discursos e representações que estão presentes e foram utilizados pela Rede Record de Televisão no período que antecedeu os Jogos Pan-americanos de Guadalajara 2011.

1.3- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar as estratégias midiáticas utilizadas pela Record para chamar a atenção do público em relação aos Jogos Pan-americanos/2011.
- Investigar os sentidos e as representações veiculadas em torno do campo esportivo que foram atribuídas aos Jogos Pan-americanos/2011 pela Rede Record.
- Relacionar o conteúdo publicitário veiculado nos vídeos encontrados com as representações veiculadas pela Record nos Jogos Pan-americanos/2011.

2- ELEMENTOS TEÓRICO- METODOLÓGICOS

Neste capítulo discutiremos as questões pertinentes a relação entre Esporte e Mídia, grandes eventos esportivos e representações sociais e os conceitos teóricos do agendamento esportivo a partir das obras de autores como Betti (1998), Pires (2002), Bracht (2003), Bourdieu (1997), Mezzaroba (2008), Rubio (2005), Fausto Neto (2002), Guareschui(2000), Fauth (2010), entre outros.

2.1- ESPORTE E MÍDIA: INVESTIGANDO O CAMPO ESPORTIVO

O Esporte é de origem inglesa, surge a partir da Revolução Industrial Européia do século XVIII. O Esporte como conhecemos hoje se desenvolveu junto com a modernização do capitalismo industrial, a partir de uma lógica de mercado e de mundialização da cultura, e que cresce ao longo do século XX, com a globalização e com a Indústria Cultural.

O Esporte e a Mídia estão cada vez mais próximos e imbricados. Betti (1998) e Pires (2002) são dois dos principais autores que tematizam o Esporte e a Mídia, em especial a televisão, no âmbito da Educação Física brasileira. Não se pode negar o papel que a Mídia tem em espetacularizar o mundo esportivo, como afirma Betti (1998, p.31), “já não é possível referir-se ao esporte contemporâneo sem associá-lo aos meios de comunicação de massa”.

Atualmente, o Esporte está sendo percebido sobre a lógica da mercadorização, ou seja, o Esporte passa a ser explorado como mercadoria, essa transformação é percebida pela “indústria cultural que logo percebe o potencial de reprodução do capital que esse segmento possui e passa a ser um dos segmentos mais prósperos da economia capitalista mundial.” (BRACHT, 2003, p. 113).

A partir do surgimento da televisão, em 1936, a espetacularização do esporte começa a ganhar espaço em vários países, essa integração progressiva desse fenômeno com os meios de comunicação de massa, faz com que surja uma relação de interdependência, Betti (1998, p.33) afirma que “[...] esporte e televisão passaram a partilhar uma “relação simbiótica” , o que significa dizer que ambos apóiam-se mutuamente e dependem um do outro, especialmente no campo econômico.

A espetacularização transforma-se na principal característica do esporte atual, transformando-se no “esporte espetáculo”, até chegar a esse nível de espetacularização foi necessário que o esporte passasse por algumas mudanças, Pires (2002, p. 10) apresenta algumas mudanças:

- a) As mudanças de regras nos esportes coletivos, visando a aumentar o dinamismo das disputa, a realizar o tempo “morto” e o tempo total do jogo , numa adequação ao “formato” do espetáculo esportivo.
- b) A introdução de paradas estratégicas no decorrer dos tempos de disputa (“tempo técnico”), a fim de que possam ser veiculadas mensagens comerciais dos patrocinadores.
- c) O convívio de sistemas esportivos paralelos às federações e às confederações (as ligas), possibilitando ampliar o numero de espetáculos oferecidos e garantir-lhes maior qualidade técnica.

Com isso, o esporte passa a ser não visto mais apenas em seu caráter lúdico e, dissociado da mídia, essa relação com a televisão transformou o esporte em espetáculo, a partir disso surge o “esporte telespetáculo” (BETTI, 1998), que é uma realidade textual autônoma, construída pelo uso de códigos, recursos e limitações técnicas do meio televisivo, como afirma Pires (2002).

Essa codificação da realidade feita pela televisão irá modificar a prática do esporte, fazendo com que apareçam novas maneiras de percepção, essa nova forma de ver o esporte, feita pelo discurso midiático, fragmenta e descontextualiza a forma como o esporte é praticado, não existe interesse da mídia em estimular a prática esportiva, mas sim de uni-los em uma só lente, vendendo seus produtos, transformando o esporte em um produto mercadorizado. Segundo Pires (2002, p.32)

O esporte mercadorizado precisou ainda espetacularizar-se, ou seja, adotar a linguagem da televisão, de modo que a mensagem publicitária veiculada por seu intermédio seja sempre e cada vez mais contundente. Só assim serão mantidos e ampliados os níveis de lucro (valor de troca) representados pela mercadoria, garantindo a estabilidade do sistema criado em torno.

A televisão estimula as pessoas a consumirem produtos esportivos, desde vestuários a equipamentos esportivos, no qual, o esporte é o conteúdo principal e o telespetáculo esportivo, através das grandes competições, passa a ser o próprio produto a ser consumido. A televisão possui o poder de fascinar as pessoas, está sempre renovando suas notícias, parecem ser instantâneas, algo que vimos agora, daqui a alguns instantes já foi atualizado, Pires (2002,p.49) afirma que: “Todavia a principal característica da sociedade contemporânea talvez seja não a presença massificada, mas, a instantaneidade da informação, com efeito imediato sobre a vida social”. Bourdieu (1997, p.23) afirma que “ a televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população.”

A televisão utiliza recursos que servem para atrair a atenção dos telespectadores, esses recursos utilizados vêm melhorando cada vez mais com os avanços tecnológicos relacionados a informática. De acordo com Betti (1998), Recursos técnicos como o replay (repetição de cenas e lances espetaculares ou polêmicos logo após o acontecimento) e sua combinação com o slow-motion (câmera lenta), bem como o recurso do close-up (enquadramento da imagem) são os mais importantes no processo que torna qualquer modalidade esportiva telespetacularizada. Com isso, surge um novo modo de ver o esporte, de acordo com Fauth (2010,p.17):

Essa nova visão do esporte é reforçada através da repetição obsessiva dos lances mais violentos ou espetaculares, do fanatismo da torcida, da euforia da vitória, da construção e celebração de ídolos, de uma narração da “história” do evento esportivo, da falação esportiva, da inserção do esporte no cotidiano, da transmissão ao vivo do evento esportivo, da adrenalina do esporte que resulta na emoção que contagia o telespectador, da globalização do esporte, do anúncio publicitário, e entre outros recursos que o tornam um espetáculo.

Outra característica do telespetáculo esportivo é a criação de ídolos, ou pode-se chamar de artistas esportivos, Kellner (2001, p. 126) afirma que:

São as divindades fabricadas e administradas. São ícones midiáticos e deuses e deusas da vida cotidiana. Para se tornar celebridade, é necessário o reconhecimento como uma estrela no campo do espetáculo, seja com esporte, entretenimento, negócios ou política.

Sabemos que as pessoas passam várias horas em frente à televisão, à mídia televisiva é uma das principais responsáveis pela criação de representações, sentidos e significados referentes ao campo esportivo. Como já afirmou Pires apud Lisboa (2007,p.38-39) a cultura esportiva, a partir da mediatização da mídia, passou a sofrer “interferências” no que diz respeito a atribuição de sentidos e percepção, [...] a indústria da comunicação de massa contribuiu decisivamente, através da força do apelo da imagem e por seu efeito multiplicador, para que essas interpretações se tornem ‘familiares’ e sejam incorporadas à cultura esportiva.

2.2- MEGAEVENTOS ESPORTIVOS E AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

Neste subcapítulo trataremos das representações sociais que estão presentes quando da realização de megaeventos esportivos, em especial os Jogos Pan-americanos de Guadalajara. Trataremos tais Jogos, como sendo um grande evento esportivo, já que possui uma considerável dimensão continental.

Segundo Rubio (2005) “um megaevento esportivo se caracteriza por seu caráter temporal, sua capacidade de atrair um grande número de participantes de diversas nacionalidades e também por chamar a atenção dos meios de comunicação com um (sic) de ressonância global.” Do jeito que o esporte e a mídia, em especial a televisão, estão configuradas na contemporaneidade, a cobertura dos megaeventos esportivos ganham destaque, se levarmos em consideração que a maior parte do público, ou melhor dizendo, os consumidores, só terão acesso pelos meios de comunicação.

De acordo com (ROCHE, 2001, apud PIRES et al, 2011, p.28):

Megaeventos são eventos de larga escala cultural (incluindo comerciais e esportivos) que tem uma característica dramática, apelo popular massivo e significância internacional. Eles são tipicamente organizados por combinações variáveis de governos nacionais e organizações internacionais não governamentais e ainda podem ser ditos como importantes elementos nas versões “oficiais” da cultura pública.

Dessa forma, os megaeventos esportivos estão se tornando um produto, um fato social e econômico, que acaba através de seus discursos impactando na sociedade, criando assim, representações sociais, sentidos e significados do esporte. Iremos tratar de um fenômeno social abrangente e que será analisado a luz da teoria das representações sociais.

De forma simplificada, Mezzaroba, Mendes, Pires (2010, p.187) conceitua as representações sociais como sendo:

Formas complexas de compreender e atribuir sentidos às coisas do cotidiano, que são constituídas a partir de diferentes níveis de apropriação/reprodução da realidade. É um sistema de crenças e valores criado, recriado e compartilhado socialmente que está por trás de muitas das nossas manifestações sobre os mais diversos temas, inclusive naqueles que, em tese, o conhecimento dito científico é predominante.

As representações sociais estão presentes nos nossos costumes, tradições, tendo assim uma relevância muito grande, determinando nossas ações e opiniões, mesmo quando estamos diante de situações extremamente racionais, representações estão sendo criadas a todo o momento.

A teoria das Representações Sociais surge na Psicologia Social, formulada pelo psicólogo francês Serge Moscovici e aprofundada por Denise Jodelet. As representações sociais são consideradas como sendo individuais e sociais. Individuais porque estão sustentadas no sujeito e ocorrem de forma subjetiva, ou seja, por mais que já existam várias representações sociais, o sujeito a partir de tudo isso que já é conhecido, cria suas próprias representações sociais e, são também sociais porque irão passar pela sociedade como um todo, criando com isso, uma generalização dessas representações sociais. Como afirmou Moscovici apud Guareschi (2000), “as representações existem tanto na cultura quanto nas mentes das pessoas”.

Neste sentido, a mídia tem uma importância muito significativa nos estudos das representações sociais, já que reproduz/produz representações sociais sobre os mais diferentes assuntos que são abordados. A mídia, em especial a televisão acaba se

tornando um dos principais instrumentos de produção de representações sociais, que acabam afetando diretamente nas ações humanas.

2.3- CONCEITOS TEÓRICOS DO AGENDAMENTO ESPORTIVO

A mídia tem uma função muito importante na produção e veiculação de representações, sentidos e significados, principalmente, quando relacionados ao campo esportivo. Neste subcapítulo, será estudado o conceito de agendamento midiático-esportivo, já que, o objeto proposto nesta pesquisa, será analisar a mídia televisiva (analisando os vídeos dos Jogos Pan-americanos Guadalajara/2011 transmitido pela rede Record de Televisão). Com relação a essa pesquisa, Pires et al (2011, p.34) afirma que:

Uma alternativa segura para se acompanhar, estudar e refletir sobre os discurso midiático-esportivos é por meio do agenda-setting, conceito advindo das teorias da comunicação, que considera as relações de interdependência entre agenda pública e a agenda midiática, bem como o “poder” que esta ultima tem em pautar suas noticia\informações.

A teoria do agenda-setting surge no final da década de 60, o conceito foi criado por M. Mc, Comb e D. Shaw, após constatarem que as pessoas que acompanhavam as noticias davam uma importância muito grande a tudo que era noticiado pela imprensa. Esses veículos de comunicação eram os principais responsáveis por fazerem o direcionamento da opinião pública, já que fazia a ligação entre o acontecimento e o público. Mc Comb e Shaw defende que:

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe e ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendências para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que o mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelo mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAL apud WOLF, 2001, p. 144)

A partir da teoria do agenda-setting, trataremos do conceito de agendamento esportivo, esse conceito ajudará a compreender a veiculação das notícias, Mezzaroba (2008) conceitua agendamento:

um processo relacional entre a agenda jornalística (midiática) e a agenda pública (social), em que há a tentativa de alguns grupos (financeiros, econômicos, políticos e da própria mídia) em pautar temas e assuntos de seu interesse na esfera social e colocar, desta maneira, sua(s) opinião(ões) com o objetivo de torna-la(s) hegemônica(s). O agendamento, portanto, é sempre exercido pela mídia, veículo que opera tais interesses, mas tem uma relação de interação com a opinião pública, assim como com grupos privados ou da esfera pública.

Fausto Neto (2002, p.16) também conceitua agendamento como “um trabalho discursivo que passa pelo modo de dizer de cada veículo e, é também nessa peculiaridade do modo de tratar a realidade com que cada jornal cria vínculos com seu leitorado, e também a maneira pela qual outros campos sociais atribuem confiabilidade ao dito do jornal.”

Dessa maneira, a mídia é responsável por fazer tais agendamentos, realizando através destes, os seus interesses, sejam econômicos, políticos, publicitários, mas sem esquecer a opinião pública, que são os principais consumidores do que é veiculado pela mídia.

A mídia quando realiza o agendamento, não pauta apenas os assuntos do seu interesse, considera também os sujeitos que estão recebendo essas mensagens. Até pelo fato de que a vida das pessoas está cada vez mais sendo tratada pelas mãos do meios de comunicação, com isso, o agendamento acaba socializando, já que, a maioria dos assuntos que são pautados, são comuns e estão presentes no cotidiano das pessoas. Mc Combs (2008, p.208) afirma que:

Quanto maior a necessidade por orientação, mais forte é o efeito da agenda-setting. O efeito do agendamento não diz respeito simplesmente a exposição. Porém, diferentes pessoas com o mesmo nível de exposição podem demonstrar efeitos muito diferentes, dependendo do seu nível necessidade de orientação.

Uma das principais características do agendamento esportivo seria trazer informações de forma plena (política, economia, cultura, modalidades esportivas etc), de tudo que está sendo informado, por exemplo, nos Jogos Pan-americanos de Guadalajara/2011. Wolf (2001) apud Pires et al (2011, p.38) elenca mais três características do agendamento esportivo, são elas: a acumulação (que se refere ao poder da mídia para criar e manter a relevância de um tema); a consonância (mensagens mais semelhantes que dessemelhantes); e a onipresença (difusão quantitativa dos meios de comunicação de massa e o caráter particular do saber público).

De acordo com Fausto Neto (2002, p12) “o agendamento do esporte na esfera das mídias, no Brasil, por exemplo, é uma conseqüência de inúmeras e complexas `transações´ que se desenvolvem entre campos e, principalmente, no âmbito de vários deles, envolvendo interesses, diferentes agendas e uma multiplicidade de significações de natureza simbólica.”

Através do processo de agendamento, a mídia acaba criando representações, sentidos e significados nos sujeitos, fazendo com que se possa ver e interpretar essa realidade que é veiculada pela mídia, através dos megaeventos esportivos.

Ao se fazer o agendamento de um megaevento esportivo, não acontece apenas no campo midiático, Fausto Neto (2002,p.13) afirma que existem três atores que fazem parte da construção do agendamento esportivo, são eles “ os promotores (instituições empreendedoras da atividade esportiva, de natureza pública e privada, como por exemplo: agremiações, agencias, atletas e etc.); os divulgadores (constituídos pela esfera midiática, que faz a veiculação) e os consumidores (os públicos, aficionados etc.).”

São “três subconjuntos que reúnem uma enormidade de campos: esportivo propriamente dito, político, financeiro, promocional, sindical-associativo; o midiático, na sua diversidade de veículos; e, finalmente, o público na sua heterogeneidade social e dos gostos e preferenciais.” (Id.).

Logo, ao analisarmos grandes eventos esportivos, temos que ter consciência de que existe um grande jogo de interesses por trás de tudo que está sendo veiculado pela mídia, influenciando direta ou indiretamente na vida das pessoas.

3- TRILHA METODOLÓGICA DA PESQUISA

Por ser o momento do trabalho em que são definidas as técnicas e estratégias utilizadas para executar a pesquisa científica e as conclusões sobre esta, resolvemos fazer uma reflexão sobre as possibilidades existentes para a execução do trabalho. São algumas reflexões e conclusões que surgem a partir de uma questão lógica, conveniente e de compromisso científico. Compromisso este, que advém de quesitos pessoais e principalmente, acadêmico e social, por se tratar de um estudo sobre um fenômeno mundial que envolve os mais variados aspectos da sociedade contemporânea.

A presente pesquisa além dos aspectos quantitativos (verificar os tempos das reportagens sobre os Jogos Pan-americanos que foram realizadas pela Rede Record de Televisão no período entre 1º de setembro até 14 de outubro de 2011, irá também ter aspectos qualitativos, pois será descrito e analisado o discurso midiático-esportivo presente nestes Jogos, analisando as representações do campo esportivo e as estratégias veiculadas.

Em relação aos seus aspectos metodológicos, a presente pesquisa caracteriza-se como sendo de caráter qualitativo, com abordagem exploratória e descritiva. Segundo Minayo (2008), a abordagem qualitativa não pode pretender o alcance da verdade, com o que é certo ou errado; deve ter como compreensão primeira a compreensão da lógica que permeia a prática que se dá na realidade. Portanto, entender as interpretações de cada sujeito através de duas ações. Considerando que pesquisa qualitativa traz como uma de suas características o caráter descritivo, essa abordagem faz com que o pesquisador precise ficar mais atento às questões mínimas que possam aparecer e que possam ajudar a compreender o seu objeto de estudo. Triviños (1987) afirma que:

O método de pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinadas populações ou

fenômenos. Tendo por finalidade observar, registrar e analisar os fenômenos, entretanto, sem entrar no mérito de seu conteúdo. Destacam-se também na pesquisa descritiva as características de grupo (idade, sexo e procedência).

Para implementar a investigação iremos fazer a chamada “análise de produtos midiáticos”, segundo Mezzaroba, Mendes, Pires (2010, p.202) ocorre: “quando se procura acompanhar determinado veículo midiático e detectar-compreender seu conteúdo e seu discurso, com suas possíveis intenções”. Na nossa pesquisa foi feito o acompanhamento das notícias e reportagens feitas pela Rede Record de Televisão no período de 1º de setembro a 14 de outubro de 2011, período que antecedeu os Jogos Pan-americanos. Foram feitas análises dos vídeos que estão disponíveis no portal da Record e que passaram na televisão durante todos esses dias, isso irá facilitar a pesquisa e o acesso ao material audiovisual. Foram coletados no total 66 vídeos, após somados todos os vídeos, resultou em um tempo de duração de 03h 20min. 35s.

Depois de coletar esses dados, as informações serão submetidas à técnica de Análise de Conteúdo (BARDIN, s/d), na qual está pautada na interpretação de mensagens, ou seja, os pesquisadores que orientam seus estudos através dessa técnica, estão sempre procurando algo a mais do que está aparente já na primeira leitura. (Bardin s/d) define a análise de conteúdo como:

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

A escolha metodológica da análise de conteúdo foi realizada com o objetivo de encontrar um método para organizar e interpretar todo o material coletado no período que antecedeu (1º de setembro a 14 de outubro de 2011). os Jogos Pan-americanos de Guadalajara.

É necessário ressaltar que a opção feita pela análise de conteúdo foi escolhida para que se possa ser feita a interpretação e a sistematização do material coletado, Minayo (2006, P.308) afirma que “a análise de conteúdo parte de uma leitura de

primeiro plano das falas, depoimentos e documentos, para atingir um nível mais profundo, ultrapassar o sentido manifesto do real.”

Para tratamentos dos dados, foram utilizadas categorias já estabelecidas na pesquisa de Pires (2009) et al, o que resultará em uma análise categorial, as quais contém as unidades de codificação e unidades de contexto. (Bardin s/d). As categorias consideradas foram: 1- referência ao local, 2- expectativa e realismo, 3- preparação, 4- retrospecto, 5- ineditismo feminino, 6- Avaliando a participação, 7- presente perpétuo, 8- avaliando o evento e suas instalações, 9- Dramas pré- competição, 10- Ined brasileiro, 11- eterno regresso.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, s/d.
- BELLONI, M. L. **O que é mídia-educação**. 2^a.ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2005.
- BETTI, M. **A janela de vidro: esporte, televisão e Educação Física**. Campinas: Ed. Papyrus, 1998.
- BRACHT, V. **Sociologia Crítica do esporte: uma introdução**. 2.ed. ver, Ijuí: Unijuí, 2003.
- BORDIEU, P. **Sobre a televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. Ri de Janeiro: Jorge Zahar Ed. , 1997.
- DANTAS JUNIOR, H. S. KUHN, R. RIBEIRO, S. D (org). **Educação física, esporte e sociedade: temas emergentes**, v. 4. São Cristovão/SE: Editora UFS, 2010.
- FANTIN. M. **Mídia-Educação: Conceitos, Experiências, Diálogo Brasil-Itália**. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.
- FAUSTO NETO, A. O agendamento no esporte: uma breve revisão teórica e conceitual. **Verso & Reverso**, ano XVI, n.34, p.9-17, jan./jul./2002
- FAUTH. F. Esporte-da-mídia na concepção de escolares: um estudo de recepção. 2010, 67 f. Monografia (Graduação em Educação Física) Universidade Federal d santa Catarina, Floorianópolis, 2010.
- GASTALDO, Édson Luis. Copa do mundo no Brasil: a dimensão história de um produto midiático. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo, n.41, p.115-133,2004.
- GUARESCHI, P. A. (org). **Os construtores da informação: meios de comunicação ideologia e ética**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- IBOPE Instituto de Opinião Pública e Estatística. Disponível em: www.ibope.com.br/?temp=&proj=PortalIBOPE. Acesso em 04 de novembro de 2011.
- LISBÔA, M. M. **Representações do esporte-da-midia na cultura lúdica de crianças**. 2007, 124 f Dissertação (Mestrado em Educação Física)- Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

- LISBÕA, M. M.; MEZZARROBA, C.; MUNARIM, I. Jogos Pan-americanos Rio/2007 e a cobertura do Jornal Nacional: ênfases e representações veiculadas. In: PIRES, G. L. (org). **“Observando” o Pan Rio/2007 vna mídia**. Florianópolis: Tribo da ilha, 2009, p.47-62.
- KELLNER, D. **A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo**. Líbero, ano VI, Vol. 6, n.11, 2001.
- MARCASA, L. Lúdico. In: GONZÁLES, Fernando J.; FENSTERSEIFER, Paulo Evaldo. **Dicionário crítico da Educação Física**. Ijuí: Unijuí, 2005.
- McCOMBS, M. Um panorama da teoria do agendamento, 35 anos depois de sua formulação. Entrevista concedida a José Afonso da Silva Júnior, Pedro Paulo Procópio, Monica dos Santos Melo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v.31, n.2, jul. /dez. 2008, p.205-21.
- MEZZARROBA, C. **Os jogos Pan-americanos Rio 2007 e o agendamento midiático esportivo**: um estudo de recepção com escolares. 2008, 153 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.
- MEZZARROBA, C.; MENDES, D.; PIRES, G. L. Grandes eventos esportivos, mídia e representações: possibilidades/responsabilidades para a educação física escolar. In: DANTAS JUNIOR, H. S.; KUHN, R.; RIBEIRO, S. D. (org). **Educação física esporte e sociedade**: temas emergentes, v. 4. São Cristovão/SE: Editora UFS, 2010, p.185-206.
- MINAYO, M. C. de S. (org). **Pesquisa Social**: Teoria, método e criatividade. Petrópolis/RJ: Vozes, 2008.
- MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigação em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2003.
- PIRES, G. L. **Educação física e o discurso midiático**: abordagem crítico-emancipatória. Ijuí: Ed. Unijuí, 2002.
- PIRES G. L. (org). “Observando” o Pan Rio/2007. Florianópolis: Tribo da ilha, 2009
- PIRES, G. L. RIBEIRO, S. D. (org). **Pesquisa em educação física e mídia**: contribuições do Labomídia/UFSC. Florianópolis: Tribo da Ilha/ 2009.
- PIRES, G. L. (org). **O Brasil na Copa, a Copa no Brasil**: registros de agendamento para 2014 na cobertura midiática da Copa da África do Sul. Florianópolis: Tribo da ilha, 2011.
- RUBIO, K. Os Jogos Olímpicos e a transformação das cidades: os custos sociais de um megaevento. **Scripta nova – Revista Eletrônica de Geografia y Ciências Sociales**. Universidade de Barcelona, vol. IX, n.194(85), 1 de agosto de 2005.
- TRIVIÑOS, A. N, S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas.1987.
- WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2001.