

O AGENDAMENTO ESPORTIVO E OS JOGOS PAN-AMERICANOS NO BRASIL EM 2007: UM ESTUDO DE RECEPÇÃO COM ESCOLARES¹

Cristiano Mezzaroba²

Mestrando em Educação Física/UFSC, Bolsista CAPES

RESUMO

Pesquisa em andamento (abordagem qualitativa e caráter descritivo), caracterizada como um estudo de recepção, tem por objetivo analisar como estudantes percebem, compreendem e analisam o agendamento dos Jogos Pan-americanos Rio-2007. Faz-se primeiras aproximações teóricas entre o agendamento esportivo e os estudos de recepção, na tentativa de compreender tais relações com a Educação Física Escolar, buscando aprofundar questões da mídia esportiva. Dados preliminares apontam que 93,7% e 83,8% dos jovens pesquisados (respectivamente, de escola particular e pública) estão informados da realização deste evento esportivo no Brasil, e relatam ter na televisão o meio predominante na oferta de informações sobre o assunto.

ABSTRACT

The proceeding research (qualitative approach and descriptive character), is characterized as a study of reception, and it holds as its objective to analyze how the students notice, understand and analyze the scheduling of the Pan-American games Rio-2007. First theoretical approaches are done between the sportive scheduling and the studies of the reception, in an attempt to comprehend those relationships with the Scholar Physical Education, trying to narrow down questions about the sportive media. Preliminary data indicate that 93,7% and 83,8% of the researched youth (respectively, from private schools and public schools) are informed about the occurrence of this event in Brazil, and refer to the television as the main means of communication that offers information about the subject.

RESUMEN

Pesquisa en conclusión (del tipo cualitativa y carácter descriptivo), caracterizada cómo un estudio de recepción, tiene por objetivo analizar cómo estudiantes perciben, comprenden y analizan las estrategias discursivas relacionadas a los Juegos Panamericanos Rio-2007. Se ha hecho los primeros acercamientos teóricos entre estrategias discursivas y los estudios de recepción, para intentar comprender tales relaciones con la Educación Física Escolar, buscando profundizar cuestiones del periodismo deportivo. Datos preliminares demuestran que un 93,7% y un 83,8% de los jóvenes pesquisados (respectivamente, de escuela privada y pública) están informados de la realización de este evento deportivo en Brasil, y relatan tener en la televisión el medio predominante en la oferta de informaciones sobre el tema.

INTRODUÇÃO

¹ Projeto de mestrado em andamento, com orientação do Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires, CDS/UFSC.

² Integrante do Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva/CDS/UFSC e acadêmico do Curso de Ciências Sociais/UFSC.

Mais recentemente, alguns autores, seguindo a tendência de uma Educação Física (EF) mais crítica/reflexiva, passaram a considerar a importância da *mídia* no processo educativo/formativo dos indivíduos. Além disso, também se destaca, nos últimos anos, algumas importantes aproximações que vêm sendo feitas entre a EF e as Ciências Humanas e Sociais com o objetivo de permitir uma melhor compreensão daquele que é um dos fenômenos mais marcantes da nossa sociedade: *o fenômeno esportivo*.

É de entendimento geral a importância que a mídia tem no mundo atual na construção de sentidos e significados dentro da cultura contemporânea. Com relação à EF mais especificamente, entendida como uma área de *intervenção pedagógica*, a mídia, principalmente a televisão, influencia os entendimentos a respeito das diversas práticas corporais, transformando aquilo que seria a *cultura corporal de movimento*³ (BETTI, 2003) em outras formas de consumo, ou, ainda, modificando as formas de perceber/praticar/analisar o esporte (este último considerado o conteúdo hegemônico das aulas de EF).

Segundo dados do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística⁴, relativos a 2003, a televisão está presente em 90,5% dos domicílios brasileiros, sendo a mídia mais utilizada, com importante participação no cotidiano da sociedade brasileira. Por isso, ela acaba sendo também a mídia *mais poderosa* na disseminação de informações, responsável por mais de 80% daquilo que é discutido nos mais diversos espaços sociais (segundo GUARESCHI⁵, 1998, apud LISBOA, 2004).

Com essa participação significativa da televisão no processo de comunicação na sociedade contemporânea, e da importância que se atribui ao esporte, torna-se necessário analisar essa relação entre esporte e mídia televisiva com mais atenção – um dos pontos a que este estudo se destina.

Pelas suas características e pela capacidade de atrair telespectadores de todas as idades, nacionalidades, níveis de instrução e de condição social, e com isso patrocinadores, o esporte passou a ser um bem sucedido investimento financeiro, uma fonte inesgotável de notícias, de público e de lucro (KENSKI, 1995), tornando-se, conforme Pires (2002, p. 90) “o parceiro preferencial da espetacularização na mídia televisiva”.

Isso colocado, convém mencionar que um grande evento esportivo, de proporção continental, acontecerá neste ano na cidade do Rio de Janeiro – os *Jogos Pan-americanos (JPA) Rio 2007*⁶ – que incluem esportes do programa olímpico e outros não disputados em Olimpíadas, os quais são realizados de quatro em quatro anos, sempre nos anos anteriores aos Jogos Olímpicos (JO), entre os países da América do Sul, Central e do Norte.

Pela segunda vez realizado no Brasil (a primeira foi em São Paulo/1963), este evento pode possibilitar uma discussão e reflexão em torno do fenômeno esportivo em nossa sociedade (as representações do esporte, os sentidos e significados que lhe são atribuídos e vinculados pelo discurso midiático, o que a população pensa a respeito do tema, etc.).

A EF escolar brasileira, tendo no esporte seu conteúdo hegemônico e preferencial, não pode negligenciar este importante momento histórico do esporte nacional, já que a organização e realização de tal evento se trata de um dos “degraus” às entidades esportivas em almejar que o nosso país sedie a Copa do Mundo/2014 e os JO/2016.

³ Entende-se este termo como “a parcela da cultura geral que abrange as formas culturais que se vêm historicamente construindo, nos planos material e simbólico, mediante o exercício (em geral sistemático e intencionado) da motricidade humana – jogo, esporte, ginásticas e práticas de aptidão física, atividades rítmicas/expressivas e dança, lutas/artes marciais, práticas alternativas” (BETTI, 2003, p. 96-97).

⁴ http://www.ibge.gov.br/brasil_em_sintese/default.htm

⁵ GUARESCHI, P. O meio comunicativo e seu conteúdo. In: PACHECO, E. D.P. (org.) **Televisão, criança, imaginário e educação**. Campinas: Papyrus, 1998.

⁶ http://www.rio2007.org.br/pan2007/portugues/jogos_historico.asp.

Já há algum tempo (desde 2002, quando o Rio de Janeiro foi escolhido para sediar tais Jogos, mas principalmente após a realização dos JPA de Santo Domingo/2003), a mídia vem divulgando informações sobre o evento no Brasil. A cidade do Rio de Janeiro foi escolhida para abrigar a competição, tendo em vista todo seu potencial turístico. Mas para isso, era preciso adequar-se em infra-estrutura (reestruturação urbana) como já ocorreu com outras cidades-sedes, principalmente com relação aos JO (Barcelona/92, Atlanta/96, Sidnei/2000 e Atenas/2004).

Mascarenhas (2006, p. 343) escreve sobre o legado dos grandes eventos esportivos e procura argumentar que no caso da cidade do Rio de Janeiro, do ponto de vista urbanístico, contrariamente ao que foi realizado nas cidades-sedes das últimas Olimpíadas, optou-se por uma política urbana com concentração espacial dos investimentos nas áreas consideradas privilegiadas, o que fará emergir do evento uma cidade que consolidará “um modelo excludente e segregador.”

Percebe-se, portanto, um alto investimento na organização dos JPA, e junto a isto, uma forte tematização do mesmo nas mais variadas mídias, principalmente na televisão, com programação exclusiva, o que se supõe a realização de uma cobertura jornalística que se configura no “agendamento”, conceito que mais adiante será melhor tratado. Por enquanto, cabe ressaltar que não se trata apenas de oferecer informações prévias a respeito dos jogos (período de realização, países envolvidos, modalidades em disputa, principais atletas, locais de competição etc.), mas todo o contexto que faz parte destas informações no discurso midiático, com relação à economia, à política, à cultura, ao esporte e aos interesses da sociedade brasileira em geral – campos que se cruzam.

Diante disso, é necessário também que se pense nas (possíveis) repercussões que esse evento esportivo, com toda essa “propaganda”, acarretará à EF escolar, mais precisamente com relação à utilização, pelos alunos, das representações apresentadas e reforçadas pela mídia. É necessário que se saiba mais sobre os *receptores*, isto é, os jovens estudantes, entendendo-os como participantes de várias instituições, mas neste caso, especificamente, da instituição escolar, que realiza a chamada *mediação escolar*.

Assim, considerando-se a EF Escolar como uma intervenção pedagógica que pode ir além da “prática pela prática”, enquanto instituição mediadora, e essa relação tão próxima entre esporte e mídia atualmente, o **problema de pesquisa** colocado é: *como os jovens estudantes percebem, compreendem e analisam o agendamento da televisão para os JPA no Brasil em 2007 por meio do discurso midiático-esportivo?*

Esta questão estará sendo, conforme o desenvolvimento da pesquisa, fundamentada pelos princípios dos *Estudos de Recepção*, com base nos pressupostos teóricos de Jesus Martín-Barbero e na *Dialética das Múltiplas Mediações* proposta por Guillermo Orozco.

Objetiva-se por meio deste estudo analisar como os jovens percebem/compreendem/analisa o agendamento televisivo destes Jogos de acordo com seus contextos sócio-culturais e as possíveis repercussões disso na EF Escolar. Têm-se também as seguintes **questões de investigação**:

- ✓ Os contextos sócio-culturais aos quais os jovens se inserem têm influência na compreensão (ou não) do discurso midiático-esportivo referente aos JPA?
- ✓ Os jovens percebem interesses implícitos nos discursos, como por exemplo, a questão do consumo, a mercadorização do esporte, a utilização política dos JPA, entre outros?
- ✓ São percebidas pelos jovens as estratégias midiáticas de criação de ídolos, espetacularização, relação local/global? Em caso afirmativo, de que forma?
- ✓ Quais as possíveis repercussões desses discursos para a prática pedagógica da EF como componente curricular integrado ao projeto político-pedagógico da Escola?

Justificativa e relevância do estudo

Em primeiro lugar, justifica-se pela inquietação pessoal em constatar a veiculação e utilização dos JPA pela mídia em geral (em especial a televisão) e como isso pode repercutir na EF através dos sentidos/significados atribuídos pelos alunos.

Outro motivo é por considerar que a ênfase dos estudos⁷ nesta área geralmente é dada aos próprios *produtos da mídia* (pólo emissor), esquecendo-se dos sujeitos que recebem tais produções – assim, este estudo enfatizará o pólo da recepção, como possibilidade de esclarecimento, já que é nele que a EF pode intervir pedagogicamente, auxiliando na formação de telespectadores críticos, seletivos e esclarecidos.

Levando-se em conta que a escola é um local possível de esclarecimento e a mídia neste espaço pode ser usada como um suporte para o *saber/conhecer*, é necessário que a EF escolar se insira no processo da *educação para as mídias*⁸ (BELLONI, 2001), aprofundando conhecimentos a respeito da mídia em geral para abordá-los nas aulas, dando um enfoque mais crítico ao esporte e aos demais conteúdos seus.

É imprescindível que estudos sejam feitos e disseminados no meio acadêmico e escolar para que não se tenha uma visão nem “apocalíptica” que ressalta modos perversos/negativos das mídias em geral, tampouco “integrada” (ECO, 1970), sem análise aprofundada, de visão otimista e ingênua. É preciso, conforme Pires (2003, p. 19-20) 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.”

Assim, a realização de estudos como este mostra-se como necessária, já que contemplam a relação entre esporte-mídia, com um olhar mais aprofundado ao campo do receptor, o que possibilita entender aspectos da cultura e da sociedade que faz parte.

ELEMENTOS TEÓRICOS-CONCEITUAIS

O esporte na televisão

A forma atual de conhecer o esporte, a midiática, ou, segundo Betti (1998; 2005), o *esporte telespetáculo*, é a maneira como a televisão⁹ constrói os discursos sobre o esporte, configurando-se como uma nova modalidade de consumo para a sociedade, tendo em vista a sua linguagem audiovisual e a utilização dos mais modernos recursos na transmissão dos eventos esportivos.

Cada vez mais os indivíduos deixam de presenciar os acontecimentos através de suas próprias experiências para estar em contato com formas virtuais de realidade, principalmente a televisão. As experiências com o esporte não são diferentes: se antes se praticavam modalidades esportivas, passou-se a assisti-las (presencialmente nos estádios, ginásios ou quaisquer outros lugares) e agora, assiste-se virtualmente através da televisão. Segundo Escher (2005, p. 31), “O que acontece é que novas sensibilidades se formam,

⁷ Pesquisa coletiva realizada em 2005 no *Seminário Avançado de Pesquisa em EF e Mídia* (PPGEF/CDS/UFSC) constatou que apesar de haver estudos que articulam EF e Comunicação Social, mais especificamente relacionados à mídia esportiva, estes se voltam à análise da produção midiática (ênfase nos meios emissores), sendo incipientes os estudos que se propõe à recepção.
(http://www.nepef.ufsc.br/labomidia/observatorio_pesquisa_producao.php).

⁸ Trata-se, segundo Belloni (2001, p. 12) “de um novo campo de saber e de intervenção, que vem se desenvolvendo desde os anos de 1970 no mundo inteiro (...) cujos objetivos dizem respeito à formação do usuário ativo, crítico e criativo de todas as tecnologias de informação e comunicação.”

⁹ Ferrés (1996) escreve que a televisão é um agente de consumo, incitando-o (por meio da publicidade, com a venda de idéias, valores e produtos em seus programas) e, além disso, vivendo como consumo.

novos gostos são construídos, que acabam substituindo as antigas formas de assistir a uma partida.”

Para Eco (1984), o esporte atual, “como prática não mais existe” (p. 224), é essencialmente um discurso sobre a imprensa esportiva, naquilo que ele denomina como *falação esportiva*: o esporte deixa de ser realizado em primeira pessoa, tornando-se um discurso sobre o jogo, jogado por outros e visto por mim.

Essa maneira como se “conhece o esporte”, além de deixar os sujeitos limitados (pela superficialidade das informações e porque na tevê prevalece a imagem do esporte rendimento), acaba tirando a oportunidade de experimentar a prática do esporte. (BETTI, 1998; PIRES, 2002).

Trata-se daquilo que Pires (2002, p.102) considera ser a substituição da experiência formativa pela mediação tecnológica: “a substituição da vivência do esporte por sua assistência mediada pela TV”. Assim, “a ausência da experiência formativa, substituída pela assistência, tanto ‘ao vivo’ quanto pela televisão, faz com que o esporte perca a oportunidade de desenvolver sua dimensão emancipatória”. (Ibid., p. 103).

Reconhecendo que as crianças e adolescentes acabam sendo influenciadas por este modelo esportivo que é disseminado pelo *esporte-espetáculo* e que isso acaba repercutindo também nas aulas de EF Escolar, é necessário que se “olhe” de forma mais atenta e crítica para essa problemática, opinião corroborada por Rodrigues & Montagner (2003, p. 14), quando os mesmos escrevem que:

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.

A hipótese da *agenda-setting* e a mediação escolar

Atualmente acredita-se que os efeitos da mídia se dão de forma acumulativa, como conseqüências de longo prazo (efeitos indiretos), diferentemente do que se acreditava há algum tempo, quando se pensava que a mensagem emitida pelo emissor atingia o receptor no mesmo momento em que este a recebia (efeitos diretos – *teoria da agulha hipodérmica*), sem considerar o contexto sócio-cultural dos receptores. (WOLF, 2001).

No início dos anos 80, com a transição nos estudos de comunicação de massa surge a hipótese do *agenda-setting*, criada por MacComb e Shaw (EUA), a qual defendia que:

em conseqüência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW¹⁰ apud WOLF, 2001, p. 144).

De acordo com Santaella (2001), a formação da realidade social, na perspectiva da *agenda-setting*, é desempenhada através dos editores e programadores, pela responsabilidade que ambos têm na seleção e classificação das informações. Para ela, a *agenda-setting* “não defende que os *mass media* pretendam persuadir” (Ibid., p. 36), mas tem a pretensão de apresentar ao público aquilo sobre o qual é necessário ter uma opinião e discutir.

¹⁰ SHAW, E. (1979). *Agenda-setting and mass communication theory*. *Gazette*, vol. XXV, nº 2, pp. 96-105.

Wolf (2001) apresenta três características importantes da relação entre a ação da mídia e o conjunto de conhecimentos sobre a realidade social: *acumulação* (poder da mídia em criar/manter a relevância de um tema); *consonância* (mensagens mais semelhantes que dessemelhantes) e *onipresença* (difusão quantitativa da mídia).

Da mesma forma, ao se referir sobre essa relação entre mídia e realidade, Bourdieu (1997) comenta sobre o fato das mesmas informações circulando entre diversos veículos de comunicação (círculo vicioso), denominado por ele como *circulação circular de informação*. Para ele, “os produtos jornalísticos são muito mais homogêneos do que se acredita.” (p. 30). Essa “homogeneidade” denunciada pelo autor pode servir (ou influenciar) àquilo que propõe a *hipótese da agenda-setting*, ou seja, colocar em pauta, de forma coesa, os temas/assuntos da ordem do dia.

Conceitualmente, as *agendas*, de acordo com Fausto Neto, “são dispositivos de poder que os campos põem em movimento para se fazer poder à sua maneira” (2002, p. 13). Já o agendamento “é 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.” (Ibid., p. 16).

Embora a televisão tenha certa capacidade de influir poderosamente sobre o processo de representação da realidade através da audiência, “moldando” a maneira como as pessoas “enxergam o mundo” (LINS DA SILVA, 1985, p. 52), é necessário que se considere o “receptor” (leitor, telespectador, ouvinte, internauta) como sujeito que ressignifica o discurso e os acontecimentos.

O que ocorre é a *mediação* (conceito utilizado pela corrente da sociologia latino-americana), a qual entende os produtos midiáticos não como elementos prontos/acabados, como se fossem dados e assim assimilados de forma homogênea. Desta forma, os estudos de recepção propõem a reflexão sobre aquilo que o público faz com o discurso vindo da mídia a partir dos seus diferentes contextos sócio-histórico-cultural.

Optar pela perspectiva da recepção é interessar-se na *decodificação* realizada pelos indivíduos daquilo que eles vêem na mídia. (RUÓTOLO, 1998). Assim, entende-se que “A audiência é ativa e atribui significados aos meios de acordo com sua realidade sócio-cultural. Estas perspectivas deslocam o foco de análise da simples exposição para a interpretação das mensagens.” (Ibid., p. 155).

Segundo Jacks (1999, p. 48-49), a *mediação* é

um conjunto de elementos que intervêm na estruturação, organização e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade. As mediações produzem e reproduzem os significados sociais, sendo o ‘espaço’ que possibilita compreender as interações entre a produção e a recepção.

Essa busca de integração nos enfoques, entre o que é veiculado pelo emissor com o que é (re)significado pelos receptores, corresponde à necessidade atual dos estudos da comunicação, pois se antes os estudos dos efeitos (limitados ou ilimitados) tinham como certas as ações dos veículos midiáticos, recentemente “tal certeza entra em declínio e estes novos estudos vão caracterizar os efeitos dos meios de comunicação pela sua natureza difusa, indireta e cognitiva.” (FERREIRA, 2005, p. 1).

Assim, de acordo com a dialética das múltiplas mediações, a *escola* é vista como algo que exerce papel fundamental na chamada *mediação institucional*, e essa mediação escolar no trato com os saberes e as informações que produzem a realidade pode representar um diferencial na qualidade da compreensão do discurso midiático.

O agendamento esportivo

Conforme Fausto Neto (2002, p.12), ao se analisar o esporte, este deve ser entendido como um “campo social” e

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.

Didaticamente, de acordo com Fausto Neto (2002) há três grandes atores que constroem as agendas: *os promotores* (instituições empreendedoras da atividade esportiva, de natureza pública e privada: agremiações, agências, atletas); *os divulgadores* (esfera midiática que faz a veiculação) e *os consumidores* (o público, aficionados).

Entretanto, pode-se dizer que atualmente há uma relação muito próxima entre aquilo que Fausto Neto apontou como *promotores* e *divulgadores*, considerando aquilo que Bucci (1998) citado por Pires (2002) identifica como uma das funções quase-ideológicas da mídia, ou “promotoras-da-notícia”. Trata-se da mídia como promotora e divulgadora daquilo que ela mesma produz, ou, dito de uma forma mais completa:

Está na cobertura esportiva a chave para desmontar uma das charadas do jornalismo em televisão. A charada é a seguinte: o telejornalismo promove – financia, organiza e monta – os eventos que finge cobrir com objetividade. É no esporte que esse fenômeno é mais transparente. [...] As técnicas jornalísticas, dentro das coberturas do esporte pela TV, são cada vez mais uma representação. Aquele espetáculo que aparece na tela não é uma notícia conseguida pela reportagem, mas uma encomenda paga. (BUCCI¹¹, 1998 citado por PIRES, 2002, p. 44).

Também se deve considerar, segundo Fausto Neto (2002, p. 15) que “o jornalista é receptor de outros discursos que se fazem na sociedade por parte de outros campos.” Isto reforça o argumento utilizado por Bourdieu (1997), quando o mesmo escreve que os nossos “informantes” também são “informados”, gerando uma homogeneidade nas informações.

De acordo com Borelli & Fausto Neto (2002) o jornalismo institui o esporte de várias maneiras: cultuando o herói; criando atores do mundo esportivo; bisbilhotando a vida dos *olimpianos* (celebridades esportivas); analisando competições e conjecturas; fofocando; sondando fatos, causas e conseqüências, orquestrando relatos sobre um fato particular (despedida de um atleta, conquista de títulos, o fracasso etc.).

Em momentos como estes que antecedem a realização dos JPA no Brasil, o discurso midiático-esportivo reforça ainda mais a questão da *personificação*, busca-se mais ainda no âmbito esportivo aqueles atletas que são/poderão vir a ser os heróis esportivos brasileiros. Acompanhando-se a cobertura realizada, pode-se dizer que até então atletas como Falcão (futsal); Leandrinho (basquete); Nalbert (vôlei); Rodrigo Pessoa (hipismo); Diego Hipólito (ginástica); entre outros, são exemplos claros das estratégias de construção/sustentação de ídolos.

De forma mais geral, não faltam exemplos desse *agendamento esportivo* relacionado aos JPA. Pode-se citar os mecanismos que já vêm sendo implementados principalmente na televisão brasileira, inclusive com propagandas em horário nobre (principalmente em 2006, na Rede Globo) que tiveram/têm como protagonistas grandes ídolos do esporte nacional (Daiane dos Santos, Giovane, Flávio Canto, Torben Grael entre outros).

¹¹ BUCCI, E. Cinco funções quase-ideológicas na televisão. *Imagens*, n.8, p. 20-25, maio/ago., 1998.

Outra estratégia são os programas especiais que tematizam o evento futuro ou competições que se encaixam na grade televisiva nos finais de semana (atletismo, ginástica artística, basquete, handebol, futsal etc.), sem deixar de mencionar um dos acontecimentos mais recentes – a escolha do nome da mascote dos Jogos: *Cauê* – que permitiu que a população brasileira escolhesse o nome, através de votação pela internet e de urnas nas principais cidades do país.

Tal acontecimento torna clara a tentativa de *interatividade* dos JPA com a população, ou seja, uma estratégia de estabelecer interação na tríade mídia/esporte/público, procurando criar uma certa “identidade” com a população brasileira (algo que pode ser observado também com relação ao voluntariado para os Jogos).

METODOLOGIA: fundamentação e procedimentos

Acreditando na perspectiva de *descoberta* e não de *comprovação*, esta pesquisa aplicada e descritiva configura-se pela sua abordagem exploratória e qualitativa, em que se fará um estudo de recepção, de acordo com a chamada *Corrente Latino-americana da Sociologia da Comunicação*¹², na qual os estudos de recepção propõem a reflexão sobre aquilo que o público faz com o discurso vindo da mídia a partir dos seus diferentes contextos sócio-histórico-cultural.

A pesquisa de campo será realizada com estudantes que se encontram no final do ensino fundamental, em duas escolas municipais de Florianópolis: uma pública (região sul), com uma população mais nativa, supondo ser de classe sócio-econômica menos favorecida; e a outra particular (região central), provavelmente de classe sócio-econômica mais favorecida.

Tem-se uma população de 63 alunos (32 de uma turma e 31 de outra turma), sendo que a dupla amostra intencional será constituída após a aplicação de um questionário que servirá para agrupar os sujeitos pelo seu nível de conhecimento em relação aos JPA, e assim, selecionar-se-á em torno de seis jovens de cada turma (três que demonstrarem bastante conhecimento a respeito do que está sendo veiculado sobre os JPA, e três com menor conhecimento sobre o tema). Essas “duas pontas” do questionário, superior e inferior, em cada escola, formarão um grupo focal, um em cada escola.

A partir disso será desenvolvida a segunda etapa do estudo, com encontros quinzenais na própria escola, com a utilização de questionários-recordatários, em que os pesquisados anotarão tudo que lembrarem ou ouvirem falar sobre os JPA. Nestes encontros serão levantadas questões sobre os JPA e assim se fará o acompanhamento da recepção pelos estudantes, para se verificar como os jovens pesquisados estão recebendo e interpretando as informações sobre o evento esportivo e suas repercussões.

Além destes recordatários será utilizado um diário de campo, para registro de observações e outras questões colhidas no campo. Para sistematização e interpretação dos dados, será adotado o procedimento de *análise de conteúdo*¹³ (BARDIN, s/d) com a elaboração de categorias empíricas que permitirão relacionar os dados do campo com questões e categorias advindas do marco teórico-conceitual.

¹² Principalmente através dos estudos de Jesus Martín-Barbero, com o *conceito de mediação* (a mediação como a instância cultural em que os sujeitos/telespectadores produzem e se apropriam do significado e do sentido da comunicação) e de Guillermo Gómez Orozco (que operacionaliza o conceito - “dialética da recepção” ou das “múltiplas mediações”). (LISBOA, 2004).

¹³ A *análise de conteúdo* é uma técnica de pesquisa oferecida pelas ciências humanas e se caracteriza como uma atitude de vigilância crítica, na qual se nega uma leitura simples do real, procurando fazer uma compreensão dos fatos (ou das mensagens comunicativas) para além dos seus significados imediatos (BARDIN, s/d).

ALGUNS DADOS E CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Com a primeira etapa já concluída (aplicação do questionário para seleção dos sujeitos que constituirão a amostra e formarão os dois grupos focais, um em cada escola), alguns dados preliminares já podem ser apresentados com relação às turmas.

Na **escola particular**, participaram da primeira etapa 32 alunos da 9ª série, com média de idade de 13,6 anos (11 meninas e 21 meninos). Destes, **93,7% (30 alunos) souberam responder que os JPA é o evento esportivo que irá acontecer este ano no Brasil**, enquanto 6,2% (2 alunos) não souberam responder. **A televisão aparece como a mídia em que tais jovens mais se informam sobre o evento, com 96,6% deles citando este veículo (29 alunos)**. A internet aparece em seguida, com 46,6% (14 alunos) e as mediações família, amigos e escola aparecem, respectivamente, com 23,3% (7 alunos), 16,6% (5 alunos) e 6,6% (2 alunos). De forma geral, pode-se dizer que um número muito baixo de alunos sabe dizer alguma coisa a respeito do evento.

Já na **escola pública**, foram 31 alunos da 8ª série, com média de idade de 13,7 anos (17 meninas e 14 meninos). Destes, **83,8% (26 alunos) responderam que os JPA é o evento esportivo que irá acontecer este ano no Brasil**, enquanto 16,1% (5 alunos) não souberam responder. **A televisão aparece como a mídia mais citada na busca de informações, com 92,3% (24 alunos)**. A internet vem em seguida, com 65,3% (17 alunos) e as mediações escola, família e amigos aparecem, respectivamente, com 50% (13 alunos), 30,7% (8 alunos) e 23% (6 alunos). Aqui também se pode dizer que um número muito baixo de alunos sabe dizer alguma coisa a respeito do evento.

Espera-se, no decorrer da próxima etapa, até o término desta pesquisa, aproximar-se um pouco mais desses jovens, com a intenção de detectar como eles recebem e fazem uso deste discurso midiático, já que o fenômeno esportivo, aliado à sua espetacularização pelas mais diversas mídias, em especial a televisiva (com toda sua onipresença) precisa ser cada vez mais estudado no âmbito da EF, a fim de que se possa compreender seus mecanismos e suas múltiplas formas de veiculação e utilização.

Como professores desta “matéria” escolar, devemos estar preparados para tratar o conteúdo esportivo de forma crítica, além de percebermos todas as imbricações existentes nos mais variados campos (esportivo, midiático, cultural, político e social).

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, s/d.
- BELLONI, M.L. **O que é mídia-educação?** Campinas: Autores Associados, 2001.
- BETTI, M. (org.). **Educação Física e mídia: novos olhares, outras práticas**. São Paulo: Hucitec, 2003.
- BETTI, M. **Janela de vidro: esporte, televisão, educação física**. Campinas: Papirus, 1998.
- BORELLI, V.; FAUSTO NETO, A. Jornalismo esportivo como construção. **Cadernos de Comunicação**, Santa Maria, n.7, p.61-74, dez.2002.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- ECO, U. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1970.
- ECO, U. A falação esportiva. In: _____. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p.220-226.
- ESCHER, T de A; REIS, H.H.B.dos. Futebol e televisão: fechem os portões liguem as câmeras – o show vai começar! **Conexões**. Campinas: v.3, n.1. 2005, p.26-35.

- FAUSTO NETO, A. O agendamento do esporte: uma breve revisão teórica e conceitual. **Verso & Reverso**, São Leopoldo: Unisinos, ano XVI, n.34, p. 9-17, jan./jun. 2002.
- FERREIRA, GM. Uma leitura dos estudos dos efeitos: da era das certezas às incertezas e mistérios da recepção. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: INTERCOM, 2005. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17295/1/R0868-1.pdf>>. Acesso em: 13 ago 2006.
- FERRÉS, J. **Televisão e educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/brasil_em_sintese/default.htm. Acesso em: 25 set 2005.
- JACKS, N. **Querência – cultural regional como mediação simbólica**: um estudo de recepção. Porto Alegre: UFRGS, 1999.
- JOGOS PAN-AMERICANOS RIO 2007. Disponível em: <http://www.rio2007.org.br>. Acesso em: 26 set 2006.
- KENSKI, V.M. O impacto da mídia e das novas tecnologias de comunicação na educação física. **Motriz** Rio Claro/SP: v.1, n.2, dez1995, p.129-134.
- LINS DA SILVA, C.E. **Muito além do jardim botânico**. São Paulo: Summus, 1985.
- LISBOA, MM. **Televisão, representações sociais e cultura de movimento**: tecendo reflexões de uma trama no contexto da infância. Florianópolis: 2004, Monografia (Especialização em Educação Física Escolar) - Universidade Federal de Santa Catarina.
- MASCARENHAS, G O legado dos grandes eventos esportivos: elementos para refletir sobre os jogos pan-americanos na cidade do Rio de Janeiro. In: MELO, V. A.; TAVARES, C. **O exercício reflexivo do movimento**: Educação Física, lazer e inclusão social. Rio de Janeiro: Shape, 2006, p.332-346.
- PIRES, G. De L. **Educação física e o discurso midiático**: abordagem crítico-emancipatória. Ijuí: Unijuí, 2002.
- PIRES, G. De L. Cultura esportiva e mídia abordagem crítico-emancipatória no ensino de graduação em educação física. In: BETTI, Mauro (org.). **Educação Física e mídia**: novos olhares, outras práticas. São Paulo: Hucitec, 2003.
- PIRES, G. De Lorenzi et al. Retrato preliminar da produção em Educação Física/Mídia no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO E DOCUMENTAÇÃO ESPORTIVA, 1., Brasília/DF, abr/2006. **Anais...** Brasília: Ministério do Esporte, IASI, 2006. Disponível em: www.esporte.gov.br/conbide.
- RODRIGUES, E.F.; MONTAGNER, P.C. Esporte-espetáculo e sociedade: estudos preliminares sobre sua influência no âmbito escolar. **Conexões**. Campinas: v.1, n.1. 2003. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/fef/publicacoes/conexoes/v1n1/5esporte.pdf>>. Acesso em: 09 set 2006.
- RUÓTOLO, AC. Audiência e recepção: perspectivas. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Metodista Digital, n. 30, 2. sem. 1998, p. 150-163. Disponível em: <http://editora.metodista.br/COM30/cap_07.pdf>. Acesso: 18 ago 2006.
- SANTAELLA, L **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker, 2001.
- WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

CONTATOS

Cristiano Mezzaroba

Rua Capitão Américo, 103 – B-406

88037-060 – Córrego Grande – Florianópolis/SC
cristiano_mezzaroba@yahoo.com.br