



O PAN RIO-2007 NA AGENDA MIDIÁTICO-ESPORTIVA: ESTUDO DE RECEPÇÃO NA EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR

Cristiano Mezzaroba

RESUMO

Torna-se relevante analisar com um olhar mais aprofundado a relação entre esporte e mídia, devido às influências que esta última tem na construção da realidade social, repercutindo também na Educação Física. Nesta pesquisa descritiva, caracterizada como estudo de recepção analisamos como jovens compreendem e analisam as estratégias de agendamento esportivo com relação aos Jogos Pan-americanos Rio/2007. Através da análise de conteúdo, elaboramos cinco categorias – Treinamento e Delegações, Infraestrutura e Segurança, Variedades, Tocha Pan-americana, Contagem Regressiva. Assim, consideramos necessário o desenvolvimento do processo de mídia-educação no âmbito escolar, a fim de ampliar as compreensões que envolvem a cultura esportiva dos alunos. Palavras-chave: Estudo de Recepção. Agendamento Esportivo. Jogos Pan-americanos Rio-2007. Educação Física Escolar.

ABSTRACT

It is important to analyze with a more detailed look the relationship between sports and media, due to the influence that the late has in the construction of social reality, resulting also in the physical education. This descriptive research study, characterized as a study of reception, analyzes how young people understand and analyse the strategies for scheduling sports related to the Pan American Games Rio/2007. Through the analysis of content, there has been made five categories - Training and Delegations, Infrastructure and Security, Variety, Pan American Torch, Countdown. Therefore, we find it necessary to development of a media-education process in schools, in order to broaden the understandings that involve the sports culture of the students.

Keywords: Reception Study. Sportive Scheduling. Pan American Rio-2007. School Physical Education.

RESUMEN

Es importante analizar a través de una mirada más detallada la relación entre deporte y medios de comunicación, debido a las influencias que esta última tiene en la construcción de la realidad social, repercutindo también en la Educación Física. En esta investigación descriptiva, caracterizada como estudio de la recepción, analizamos como jóvenes comprenden y analizan las estrategias para la programación de deportes con relación a los Juegos Panamericanos Río/2007. A través de la análisis del contenido, elaboramos cinco categorías - Entrenamiento y delegaciones, Infraestructura y Seguridad, Variedades, Antorcha Panamericana, Recuento regresivo. Así, consideramos necesario el desarrollo del proceso de los medios de comunicación-educación en las escuelas, a fin de ampliar las compresiones que involucran a la cultura deportiva de los alumnos.

Palabras clave: Estudio de la Recepción. Programación de Deportes. Juegos Panamericanos Rio-2007. Educación Física en la Escuela.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

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*.

Com a participação significativa da televisão no processo de comunicação da sociedade contemporânea e pela importância que se atribui ao esporte, torna-se necessário analisar essa relação entre esporte e mídia com mais atenção. Isto porque, segundo Kenski (1995), por suas características e pela capacidade de atrair telespectadores bastante heterogêneos o esporte passou a ser um bem-sucedido investimento financeiro, uma fonte inesgotável de notícias, de público e de lucro, tornando-se, conforme Pires (2002, p.90) “o parceiro preferencial da espetacularização na mídia televisiva”.

Exemplo disso foi a realização dos *Jogos Pan-americanos Rio/2007*¹ (JPA Rio/2007) em 2007, uma competição que envolveu países da América do Sul, Central e do Norte e que ocorre de quatro em quatro anos. Pela segunda vez realizado no Brasil (antes foi em São Paulo, em 1963), agora na cidade do Rio de Janeiro (RJ), em sua 15ª edição, esse evento pôde 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, entre outras questões).

A EF Escolar brasileira, tendo no esporte seu conteúdo hegemônico e, diga-se de passagem, preferencial, não poderia negligenciar este importante momento histórico do esporte nacional, já que a organização e realização de tal evento se tratava de um dos “degraus” às entidades esportivas em almejar que o nosso país sedie a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016.

Já há algum tempo (desde 2002, quando da escolha da cidade do RJ), a mídia vinha divulgando e veiculando informações sobre tais Jogos no Brasil. Tal cidade foi escolhida para abrigar a competição, tendo em vista todo o seu potencial turístico. Mas, para isso, era preciso adequar-se em infra-estrutura, ou melhor, que se fizesse uma reestruturação urbana, como já ocorreu com outras cidades-sede, principalmente com relação aos Jogos Olímpicos (Barcelona/92, Atlanta/96, Sydney/2000 e Atenas/2004).

Percebeu-se, portanto, um alto investimento na organização de tais jogos e, junto a isto, uma forte tematização do mesmo nos mais variados veículos midiáticos, principalmente na televisão, com programação exclusiva referente aos JPA, o que fazia supor a realização de uma cobertura do mesmo que se configurou no “agendamento”.

Segundo Traquina (2001), o *conceito de agendamento* é apenas uma tradução do *agenda-setting* no inglês. Pode-se dizer, de forma introdutória, que o *agendamento* é um processo relacional entre a agenda jornalística e a agenda pública, em que há uma tentativa de alguns grupos (financeiros, econômicos, políticos e a 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 torná-la(s) hegemônica(s). O agendamento, portanto, é sempre exercido pela mídia, veículo que opera tais interesses, mas tem uma relação de

¹ Informações obtidas no site: http://www.rio2007.org.br/pan2007/portugues/jogos_historico.asp.

interação com a opinião pública, assim como com grupos privados ou da esfera pública, fazendo com que, em sua operacionalização, vários campos² se cruzem.

Diante disso, é necessário também que se pense nas (possíveis) repercussões que esse grande 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. Será que os jovens estudantes apenas reproduzem as informações esportivas nas aulas de EF ou procuram ressignificá-las? Se a resposta para esta última opção for afirmativa, de que forma isso acontece?

Para que se chegue a qualquer tentativa de resposta, é necessário que se saiba mais sobre os *receptores*³, isto é, os jovens estudantes, entendendo-os como participantes de várias instituições, neste caso, especificamente, da instituição escolar, que realiza a chamada “mediação escolar”.

Com essas primeiras considerações, em seguida apresentamos os elementos mais específicos que constituíram esta pesquisa.

ELEMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Esta pesquisa de abordagem qualitativa e de caráter descritiva (GOLDENBERG, 2005), caracterizada como um estudo de recepção (de acordo com a *Corrente Latino-americana da Sociologia da Comunicação*), teve por objetivo analisar como os jovens percebem, compreendem e analisam o agendamento midiático destes JPA, com possíveis repercussões disso na EF Escolar.

A partir do objetivo central do estudo, outras questões de investigação foram examinadas com maior atenção, as quais, concomitantemente ao estudo, procuramos responder, como por exemplo:

- Os contextos sócio-culturais nos quais os jovens se inserem têm ou não influência na compreensão do discurso midiático-esportivo referente aos JPA Rio/2007?
- Os jovens percebem interesses implícitos nos discursos (a questão do consumo, a mercadorização/espetacularização do esporte, a utilização política dos Jogos, estratégias de criação de ídolos, tensionamentos da relação local/global)?
- Quais as possíveis repercussões desses discursos para a prática pedagógica da EF como componente curricular integrado ao projeto político-pedagógico da escola?

Assim, considerando-se a EF escolar como uma intervenção pedagógica que faz sua mediação, e essa relação tão próxima entre esporte e mídia atualmente, o problema de pesquisa é o seguinte: *como os jovens estudantes expressam a sua compreensão a respeito do discurso midiático-esportivo dos JPA no Brasil em 2007?*

² Segundo Bourdieu (1997, p.57), *campo* “é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças.” Pode-se citar como exemplos de campos o econômico, o jurídico, político, literário, artístico, científico, esportivo e jornalístico/midiático.

³ Não desconhecemos as diferenças significativas dos diferentes processos de recepção em função das especificidades dos diversos veículos midiáticos. Por exemplo, sabemos que a *internet* permite uma interatividade que outros meios não permitem. No entanto, neste estudo, consideraremos para todos os efeitos recepção como processo geral de percepção, apropriação e (re)significação das mensagens midiáticas.

Procuramos pautar nossa discussão fundamentados pelos princípios dos *Estudos de Recepção* (MARTÍN-BARBERO, 2003), e na *Dialética das Múltiplas Mediações* (OROZCO, 1993), isso porque constatamos que vêm sendo desenvolvidos diversos estudos⁴ no Brasil, sendo que a ênfase geralmente é dada ao pólo emissor (mídia), esquecendo-se dos sujeitos que recebem e ressignificam tais produções (a recepção).

A pesquisa de campo foi realizada com alunos de uma escola particular de Florianópolis, que constituíram um pequeno grupo de discussão/observação, sendo desenvolvida através da coleta de questionários-recordatórios e encontros periódicos com o grupo, fazendo-se uso também de um diário de campo.

Para sistematização e interpretação dos dados, foi adotado o procedimento de *análise de conteúdo* (BARDIN, s/d), o que permitiu relacionar o objeto em estudo com as questões teóricas na forma de categorias (conforme Quadro 1). Tais categorias constituíram-se, neste estudo, na maneira como o agendamento para os JPA Rio/2007 foi empregado pela mídia, sendo percebido e identificado pelos jovens estudantes ao atribuírem significado ao discurso midiático-esportivo.

A realização deste estudo se justifica porque, ao levarmos 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*, consideramos que é necessário que a EF escolar se insira no processo da *educação para as mídias*⁵ (BELLONI, 2001; FANTIN, 2006), 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.

ELEMENTOS TEÓRICO-CONCEITUAIS CONSTITUTIVOS DA PESQUISA

a) O esporte na televisão

A forma atual de conhecer o esporte, a midiática, ou, segundo Betti (1998; 2003), o *esporte telespetáculo*, é a maneira como a televisão constrói os discursos sobre o esporte, configurando-se como uma nova modalidade de consumo para a sociedade, devido a sua linguagem audiovisual e a utilização de modernos recursos de transmissão.

Essa maneira como se “conhece o esporte” (à maneira da *falação esportiva*, em que o esporte deixa de ser realizado em primeira pessoa, tornando-se um discurso sobre o jogo, conforme ECO, 1984), 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

⁴Pesquisa coletiva realizada em 2005 no *Seminário Avançado de Pesquisa em EF e Mídia* (PPGEF/CDS/UFSC) constatou que os estudos sobre mídia esportiva no Brasil dirigem-se, em sua maioria, à análise da produção midiática (ênfase nos meios emissores), sendo incipientes os estudos que se propõe à recepção. (PIRES et al., 2006). (http://www.nepf.ufsc.br/labomidia/observatorio_pesquisa_producao.php).

⁵ Trata-se, segundo Belloni (2001) “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.” (p.12). Fantin (2006, p.31) acrescenta que “a educação para as mídias é uma condição de educação para a cidadania, um instrumento para a democratização de oportunidades educacionais e de acesso ao saber”.

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):

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.

Assim, podemos dizer que é inegável o papel que a mídia tem em espetacularizar o mundo esportivo, por meio das mais diversas formas, a fim de cada vez mais transformar as modalidades e eventos esportivos em produtos a serem consumidos pelos indivíduos.

b) 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 consequência da acção dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o publico 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. (SHAW⁶ 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.

⁶ 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, denominado por ele como *circulação circular de informação*. Para ele, “os produtos jornalísticos são muito mais homogêneos do que se acredita”. (Ibid., p.30)

Embora a televisão tenha certa capacidade de influir poderosamente sobre a representação da realidade através da audiência, “moldando” a maneira como as pessoas observam os acontecimentos, é necessário que se considere o “receptor” (leitor, telespectador, ouvinte, internauta) como sujeito que ressignifica discursos/acontecimentos.

O que ocorre é a *mediação*⁷ (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.

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 entrou em declínio pela natureza difusa, indireta e cognitiva dos meios de comunicação. (FERREIRA, 2005)

c) O agendamento esportivo

Conceitualmente, o *agendamento*, de acordo com Fausto Neto (2002, p.16) “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”.

Para este mesmo autor, há três grandes atores que constroem as agendas: *os promotores* (instituições públicas e privadas empreendedoras da atividade esportiva); *os divulgadores* (esfera midiática que faz a veiculação) e *os consumidores* (o público).

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)⁸, 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, pois o que está por detrás desta aproximação são os interesses comerciais em detrimento da ética e da transparência dos veículos midiáticos.

⁷ Segundo Jacks (1999, p.48-9): “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.”

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

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 épocas como as que presenciamos recentemente no ano de 2007, ano de realização dos JPA no RJ, o discurso midiático-esportivo reforçou ainda mais a questão da personificação. Buscaram-se no âmbito esportivo aqueles atletas que poderiam consagrar-se como heróis esportivos brasileiros⁹.

De forma mais geral, não faltaram exemplos desse “agendamento esportivo” relacionado aos JPA Rio-2007. Podemos citar, por exemplo, os mecanismos de criação e implementação, principalmente na mídia televisiva brasileira, como as propagandas em horário nobre que tiveram como protagonistas grandes ídolos do esporte nacional (a ginasta Daiane dos Santos, o jogador de vôlei Giovane, o judoca Flávio Canto, o iatista Torben Grael entre outros). Outro exemplo foram os programas especiais que tematizaram os JPA ou competições que se encaixavam na grade televisiva nos finais de semana, bem como a escolha do nome da mascote dos Jogos – *Cauê* – e sem esquecer, também, a cobertura prévia de forma geral, que “contava os dias” para o início do evento esportivo.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

Com a entrada no campo na segunda quinzena de abril de 2007, inicialmente detectamos que os alunos, tanto da escola particular como da escola pública, respectivamente com 93,7% e 83,8%, sabiam da realização deste grande evento esportivo em território brasileiro no ano de 2007, o que pressupõe que, naquele momento, o agendamento para os JPA, no mínimo, já havia conseguido tematizar o evento, principalmente através da televisão e internet, bastante citados pelos sujeitos.

Ao partirmos para a segunda etapa da pesquisa, tivemos o imprevisto da greve na rede municipal de Florianópolis, impossibilitando a realização do acompanhamento com os alunos da escola pública, o que acabou prejudicando uma das questões de investigação deste estudo, que era a descrição de dois contextos sócio-culturais distintos, restringindo-se apenas ao contexto dos alunos da escola particular.

Durante os 42 dias de acompanhamento com o pequeno grupo (de 01/06/2007 a 13/07/2007), constituído por 4 alunos da escola particular, recolhemos 22 questionários-*recordatários* e realizamos 6 encontros, os quais denominamos *grupos de discussão*. Nesta segunda etapa da pesquisa, ao analisar os dados, identificamos 5 categorias: *Treinamento e Delegações, Infra-estrutura e segurança, Variedades, Tocha Pan-americana e Contagem regressiva* – que foram, a nosso ver, a maneira como a mídia, principalmente a televisiva, promoveu o agendamento para os JPA Rio-2007 segundo os escolares pesquisados. No quadro abaixo apresentamos as categorias e em seguida, fizemos uma discussão mais ampla no interior de cada uma delas.

Quadro 1 – Identificação e apresentação das categorias

<i>Treinamento</i>	e	Refere-se aos registros que informavam sobre o treinamento feito para
--------------------	---	---

⁹ Por exemplo: Falcão (futsal), Leandro (basquete), Nalbert (vôlei), Rodrigo Pessoa (hipismo), Diego Hipólito (ginástica), Janeth (basquete), Martha (futebol), entre tantos outros.

<i>delegações</i>	disputar o Pan e as preocupações anteriores ao evento, ou seja, aspectos relacionados ao caráter técnico da preparação, não só referente à delegação brasileira, mas também às delegações de outros países (com ênfase nos atletas brasileiros).
<i>Infra-estrutura e segurança</i>	Categoria criada em função das informações que os sujeitos pesquisados relataram tendo como foco os aspectos da infra-estrutura (por exemplo, as obras e a preocupação com atraso, o sistema de transporte na cidade do RJ) e segurança do evento (preocupação com a violência e com a polícia).
<i>Variedades</i>	Categoria formada por uma variedade de informações, dos mais diversos temas, como por exemplo, aspectos históricos dos Jogos, política, moda, uniformes, hino, tabela de disputas, a chegada de atletas na Vila Pan-americana e as movimentações por lá, casos de doping, o início dos Jogos e as primeiras vitórias brasileiras, além de curiosidades em geral.
<i>Tocha Pan-americana</i>	Categoria constituída com as informações que fizeram o acompanhamento do percurso da tocha dos JPA pelas cidades brasileiras, desde seu acendimento no México até o acendimento da pira no dia da abertura do evento na cidade do RJ.
<i>Contagem regressiva</i>	Categoria formada pelas informações que desde o primeiro dia de preenchimento do questionário-recordatário (02/06) até o último dia (13/07) se referiam aos dias que faltavam para a abertura dos JPA Rio-2007.

1) Treinamento e delegações

Esta categoria foi a que mais recebeu menções dos sujeitos pesquisados, totalizando 120 informações relatadas pelos alunos no acompanhamento do discurso midiático-esportivo relacionado aos JPA Rio-2007. Refere-se aos registros que informavam sobre o treinamento feito para disputar o Pan e as preocupações anteriores ao evento como as convocações, ou seja, aspectos relacionados às questões técnicas da preparação, não apenas dos atletas da delegação brasileira, mas também das delegações de outros países participantes (com ênfase nos atletas brasileiros).

No caso específico dos atletas brasileiros, podemos dizer que houve uma ênfase naqueles que são mais conhecidos pelo público em geral, como por exemplo: *Bernardinho* (técnico da seleção masculina de vôlei), *Ricardo e Emanuel* (vôlei de praia), *Janeth* (basquete), *Rodrigo Pessoa* (hipismo), *Daiane dos Santos* (ginástica), *Guga* (tênis), *Jardel Gregório* (salto triplo), *Maureen Maggi* (salto em distância) e *Marta* (futebol feminino).

A mídia, principalmente os veículos televisão e internet, que predominaram nas respostas dos sujeitos da pesquisa (com quase 98% das referências), tem como uma de suas primeiras estratégias, ao pautar um acontecimento ou evento, como no caso dos JPA Rio-2007, apresentar nomes, criar expectativas e assim, aos poucos, criar um vínculo entre os espectadores/torcedores com o evento que aconteceria a seguir.

Ao apresentar principalmente os atletas brasileiros que participariam dos JPA, os veículos midiáticos tiveram, entre tantas pretensões possíveis, ao menos duas que podemos discutir neste momento.

A primeira pretensão seria uma tentativa de criar uma identificação do público com os JPA Rio-2007 a partir dos atletas brasileiros¹⁰, e a segunda, embora o evento fosse realizado em solo brasileiro, da utilização daquilo que conhecemos por “dialética local/global” (BITTENCOURT *et al*, 2005; PIRES *et al*, 2006b), ou seja, a forma como a mídia local se utiliza de estratégias para vender/informar sobre um evento global, geralmente se identificando com características do local¹¹.

Percebemos, assim, que a discussão em relação a esta categoria nos remete às questões de personificação e ídolos. São eles, esses *super-atletas* (ou *olimpianos*¹²), as celebridades do mundo esportivo na qual sua veiculação caracteriza-se como uma das principais estratégias da mídia para dar inteligibilidade ao acontecimento e também porque, ao apresentar ao público informações dos principais atletas, a mídia acaba estimulando o torcedor a torcer pelo seu ídolo, tendo, em sua figura, a esperança do êxito, constatação esta corroborada por Marchi Júnior (2001, p.139) ao afirmar que:

Comumente, à mídia é atribuída a função de aproximar os leitores e telespectadores dos eventos esportivos aos principais personagens que compõem o espetáculo esportivo, ou seja, os atletas. Esses, por sua vez, transformam-se rapidamente em ídolos e transmissores de mensagens e estereótipos, dotados de um potencial de consumo enraizado na cultura esportiva de massas.

2) Infra-estrutura e segurança

Tal categoria foi estabelecida a partir de 73 registros dos sujeitos pesquisados em seus questionários-recordatórios ao fazerem o acompanhamento do agendamento esportivo relacionado aos JPA Rio-2007, sendo que tais sujeitos enfocaram os aspectos da infra-estrutura (obras e preocupação com os atrasos; o sistema de transporte carioca e os congestionamentos) e segurança do evento (preocupação com a violência e com a polícia, muito em função da grande quantidade de turistas na cidade motivados pelos JPA).

Com relação aos gastos previstos para a organização dos JPA Rio/2007, podemos tecer algumas críticas, também apontadas pelos sujeitos pesquisados, com relação às políticas públicas voltadas ao esporte, e de forma geral, à nação brasileira, considerando-se a questão de prioridades nacionais (para o Brasil). Ocorreu uma inversão de prioridades, por parte do governo federal, em favor da construção do “grande palco” para os JPA, tanto em relação às questões de infra-estrutura, como também priorizar o esporte de alto rendimento em detrimento de políticas públicas de

¹⁰ Atletas já bastante conhecidos do público e que, portanto, “chamam a atenção”, como por exemplo: Guga, Vanderlei Cordeiro, Janeth, Nalbert, Ricardo e Emanuel, Rodrigo Pessoa, Daiane dos Santos, Jardel Gregório, Maureen Maggi, Marta, Hugo Hoyama e os técnicos de vôlei Bernardinho e Zé Roberto.

¹¹ Quanto aos 49 atletas catarinenses que estavam participando dos JPA Rio/2007, os sujeitos da pesquisa demonstraram pouco conhecimento em relação a tais atletas “locais”, talvez por dois motivos: (1) porque realmente a mídia local, ao ser acompanhada pelos sujeitos, não enfatizou os atletas do estado de Santa Catarina ou da cidade de Florianópolis; (2) ou pela baixa expectativa de bons resultados/medalhas desses atletas é que a mídia local acabou não dando tanta atenção e utilizando esta estratégia.

¹² Expressão utilizada por Edgar Morin (1997), referindo-se aos astros de cinema, campeões, príncipes, reis, *playboys*, exploradores e artistas célebres, considerando-os como “sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam.” (p.106).

inclusão pelo esporte, opinião corroborada e ampliada pelo jornalista Jufa Kfourri (2007), em entrevista publicada no site *Observatório da Imprensa*:

O papel do Estado, principalmente em um país com as carências do Brasil, é promover o esporte como fator de saúde para a população brasileira. Esporte de alto rendimento não deve ser preocupação do Estado. O Estado tem que massificar o esporte, e naturalmente da quantidade sairá a qualidade. (...)O que há aqui é uma inversão. Não temos uma política esportiva para o país, não se pensa o esporte como fator de inclusão social, não se pensa o esporte como um fator de prevenção de doenças, e nós temos todas essas distorções.

Com relação ao “legado” do Pan, os sujeitos pesquisados em muitas ocasiões relataram informações que tinham como foco a construção da Vila Pan-americana, do Estádio João Havelange e demais equipamentos esportivos construídos para este evento, informações estas com caráter crítico (atraso nas obras).

Entretanto, o legado dos JPA, de acordo com seu projeto inicial, deveria extrapolar os interesses ligados apenas às construções de instalações esportivas ou da Vila do Pan, pois considerando-se um evento da envergadura como este e a necessidade de reestruturação urbanística da cidade do RJ, mais transformações deveriam ter sido efetivadas (como a nova linha de metrô; saneamento da baía de Guanabara e da lagoa Rodrigo de Freitas).

Outra discussão quanto a esta categoria foram os investimentos feitos para a realização dos JPA como uma porta de entrada do Brasil em sediar eventos esportivos de dimensões globais, como a Copa do Mundo de 2014 e também a possibilidade do RJ ser a cidade brasileira sede das Olimpíadas de 2016. Sobre tais possibilidades do país sediar mega-eventos esportivos, Nozaki e Penna (2007) afirmam que:

(...) o discurso comum ao governo federal e aos órgãos ligados à organização do Pan é o da necessidade do sucesso de sua organização e sua realização para que este seja uma porta para eventos de maior porte, posto os anseios de sediar a Copa do Mundo de Futebol de 2014. Ou seja, a realização do Pan se justifica, para estes casos, na busca de realização de eventos maiores, portanto, abre-se a necessidade infundável da realização destes eventos como uma forma impulsionadora da economia e do desenvolvimento do próprio esporte.

Consideramos com isso, que a mídia, ao apresentar principalmente a crítica ao atraso das obras para o evento esportivo, acabou criando uma expectativa nos torcedores, em torno da pergunta “será que vai ficar pronto?”, ao mesmo tempo em que ia familiarizando o público com os locais das disputas esportivas. Evidenciou-se, também, que as críticas apresentadas pelos pesquisados não foram além das próprias críticas apresentadas pelos veículos midiáticos os quais acompanharam, sem apresentar muita profundidade.

3) Variedades

Esta categoria foi formada em virtude das 69 menções dos sujeitos em seus questionários-recordatórios, as quais abarcavam uma variedade de informações, de temáticas gerais que não se enquadram nas demais categorias, como por exemplo, aspectos históricos dos Jogos, política, moda, uniformes, hino, tabela de disputas, a chegada de atletas e as movimentações na Vila Pan-americana, casos de doping, o início dos Jogos e as primeiras vitórias brasileiras, além de curiosidades em geral.

Percebemos, com tais informações, que muitas das notícias citadas pelos sujeitos ao acompanhar o discurso midiático-esportivo referente aos JPA Rio-2007 circularam em torno do que poderíamos chamar “notícias de entretenimento”, sem muita preocupação com aspectos mais amplos ou esclarecedores sobre o evento e suas repercussões.

Por meio desta categoria podemos supor que o discurso midiático, o qual é composto por três dimensões – informação, entretenimento e publicidade – realmente segue a tendência de, cada vez mais, ter as “fronteiras” entre suas dimensões de maneira bem tênue, mesclando informação, entretenimento e publicidade.

Quando este discurso midiático tem o esporte como tema principal – o *discurso midiático-esportivo* – o que se percebe é que tais fronteiras se suavizam ainda mais, talvez pela própria *polissemia* (BETTI, 1998) que o campo esportivo permite. Além da já conhecida relação (simbiótica) entre esporte e publicidade, há também a tendência geral do telejornalismo que se caracteriza no “imbricamento entre jornalismo e entretenimento”. ((MAURÍCIO, 2005, p.1)

Percebemos que o programa mais referido pelos sujeitos da pesquisa foi o *Globo Esporte*, tornando-se uma referência quando querem se informar sobre os assuntos esportivos, algo que, segundo Orozco (2006, p.88) pode ser chamado de “ritualidade comunicativa”, ou seja, práticas comunicativas que geram hábitos e promovem regularidade nos sujeitos, os quais interiorizam comportamentos e modelos ou padrões de reações diante das referências comunicativas (processo que supõe familiaridade e tempo).

Além disso, em função dos sujeitos citaram a emissora *Rede Globo* (o *Grupo Roberto Marinho* em geral, seja televisão, seja internet) com muita frequência e intensidade, e considerando sua hegemonia nacional quando se fala em mídia no Brasil, podemos fazer alusão ao que Bourdieu (1997) denomina de “circularidade circular da informação”, pela constituição homogênea dos meios e sua veiculação para os mais variados tipos de audiência, considerando-os uma “massa homogênea”.

Com relação às discussões em torno da publicidade, os JPA Rio/2007 também se vinculou às questões de mercado, ou seja, a publicidade. Para a realização dos JPA, *Petrobrás*, *Caixa Econômica Federal* e *Correios* foram os patrocinadores públicos; *Olympikus*, *Oi*, *Caixa*, *Sol* (cerveja Pilsen), *Petrobrás* e *Sadia* foram os patrocinadores oficiais; os quais tiveram ainda como parceiros *Golden Cross* e *Bob's* e como fornecedores a *Odonto Prev* (Planos Odontológicos do Brasil).

Consideramos, por fim, que os sujeitos identificaram algumas empresas patrocinadoras dos JPA Rio-2007 devido à sua veiculação principalmente na televisão e que os mesmos afirmaram saber do poder e da função da publicidade, mas consideram que nem sempre agem da forma como ela determina, apesar de relatarem que consomem produtos/serviços que aparecem na televisão devido às formas “inconscientes” de atuação das mensagens publicitárias.

4) Tocha Pan-americana

Esta categoria foi formada devido às 63 referências dos sujeitos investigados quanto às informações que fizeram o acompanhamento do percurso da tocha dos JPA por diversas cidades brasileiras, desde quando o fogo simbólico foi aceso no México (04/06/2007) até o acendimento da pira Pan-americana na cidade-sede dos Jogos (RJ), no dia 13/07, data da abertura do evento. A partir dos relatos dos questionários-recordatários, podemos dizer que este discurso em torno da *tocha pan-americana* foi bastante rotineiro e intenso.

A mídia, ao veicular notícias sobre a tocha pan-americana, procurou utilizar em seu discurso aspectos da *identidade nacional* (nos remetendo às *mediações culturais*, de acordo com Martín-Barbero, 2003), considerando a passagem deste símbolo unificador dos Jogos por todos os estados brasileiros.

Se o objetivo do revezamento da tocha pan-americana por diversas cidades brasileiras era a unificação dos povos e a divulgação dos valores do esporte, acreditamos que a mídia aproveitou-se deste discurso e conferiu, à sua maneira, um discurso de *integração nacional* a partir das notícias que tratavam da tocha. Em cada cidade que ela passava, aspectos históricos e culturais dos locais eram apresentados ao público, inclusive com a utilização, no revezamento, não só de *atletas locais de destaque* como também outras *celebridades locais*, com o objetivo de chamar a atenção do público e já ir, aos poucos, criando uma identificação deste para com os JPA.

A intenção, obviamente, com este agendamento utilizando a estratégia da tocha pan-americana, além de pautar o evento, tornando-se assunto a ser visto e discutido pelas pessoas, era a de preparar, desde já, o público que acompanharia os JPA, levando tais informações para todo país. Sobre isso, acreditamos que a *Rede Globo* (por ter sido a emissora mais citada pelos sujeitos) tenha criado o *slogan* “O Pan do Brasil”, ajudando a “vender” o evento, de acordo com o que foi expressado por Bucci (1998) citado por Pires (2002): a mídia como promotora e divulgadora dos JPA Rio-2007. Tal estratégia foi identificada pelos sujeitos pesquisados, apesar de saberem que o nome do evento era “Jogos Pan-americanos Rio-2007” (e não “O Pan do Brasil”).

Pela forma e pela intensidade com que foi tratada pelos veículos midiáticos, a questão da tocha pan-americana caracterizou-se como uma das estratégias mais evidentes no agendamento para os JPA.

5) Contagem regressiva

Para a elaboração desta categoria, levamos em conta 41 registros que se referiam à quantidade de dias que faltavam para o início dos JPA Rio-2007.

Durante os 42 dias de acompanhamento por meio dos questionários-recordatários, desde o primeiro dia do preenchimento (02/06/07) até o último dia de preenchimento deste mesmo instrumento (13/07/07 – abertura do evento), apenas no dia 03/06 nenhum dos sujeitos pesquisados mencionou quantos dias faltavam para a abertura dos JPA Rio-2007.

Trata-se daquilo que aqui chamamos de *agendamento* no seu sentido manifesto, ou seja, no dia a dia das pessoas procurava-se apresentar, de forma regressiva, o número de dias que ainda faltavam para que os JPA tivessem seu início oficial.

Considerando-se o que o conceito de agendamento explicita – a pretensão que a mídia tem ao oferecer ao público temas para pensar e discutir, projetando um evento e buscando, com isso, uma interação com a opinião pública (TRAQUINA, 2001; WOLF, 2001) – devemos levar em conta que tal processo iniciou há muito tempo, talvez desde quando a cidade do RJ foi escolhida para sediar os JPA, ainda em 2002. Precisar uma data não é nossa intenção e nem temos condições de fazer isso. O que queremos dizer é

que levando-se em conta que o agendamento supõe a questão temporal (longo prazo) e que seus efeitos se dão de forma acumulativa, vimos que aos poucos o evento foi sendo colocado pela mídia como algo que iria acontecer em território brasileiro futuramente, atraindo as atenções de todos.

Entendemos que a *contagem regressiva* foi a forma manifesta de se realizar o *agendamento* para os JPA, a “virada de página da agenda”, fazendo o público acompanhar esta contagem, pautando o evento e permitindo ao público mobilizar seu imaginário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que se observou foram as mais variadas estratégias de agendamento, procurando articular diferentes campos e interesses que convergiam ao campo esportivo. Referimo-nos às categorias construídas neste estudo como uma síntese das principais estratégias de agendamento para os JPA, acreditando que possivelmente outros mecanismos de agendamento tenham sido mobilizados pela mídia. Ao analisá-las, consideramos que esta foi a forma como os sujeitos atribuíram significado e expressaram a sua compreensão a respeito do discurso midiático-esportivo que agendou o Pan Rio-2007 – demonstrando uma percepção ampla e precisa, embora apresentando superficialidade nas críticas, às vezes reproduzindo a crítica superficial dos meios.

Os sujeitos investigados perceberam a ênfase que a mídia atribuiu aos atletas considerados “mais famosos” do âmbito esportivo brasileiro como uma forma de criar uma identificação com o público em geral e também de gerar boas expectativas de vitória, aproximando as questões de identificação cultural como um atrativo para se acompanhar o evento esportivo.

Quanto às possíveis repercussões desta pesquisa no campo da EF, entendemos que seus resultados apontam para a necessidade iminente deste componente curricular se basear nas questões midiáticas ao realizar suas intervenções, considerando-se que a mediação tecnológica se faz cada vez mais presente e intensa na vida dos jovens e que, no mínimo, precisa ser confrontada com outros saberes. Acreditamos que é imprescindível que a EF, tendo como um de seus conteúdos o *esporte*, assuma sua responsabilidade com uma intervenção pedagógica que permita aos sujeitos um conhecimento mais amplo, e com isso mais crítico, fazendo uso daquilo que há muito tempo é propagado pela *mídia-educação*: uma educação que objetive contribuir na formação de indivíduos com menos encantamento acrítico em relação a toda espetacularização promovida pela mídia, que lhes permita desenvolver maior autonomia, com um olhar mais atento e amplo aos acontecimentos da dinâmica cultural e da cultura esportiva.

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. *Janela de vidro: esporte, televisão, educação física*. Campinas: Papirus, 1998.

- BETTI, M. (org.). *Educação Física e mídia: novos olhares, outras práticas*. São Paulo: Hucitec, 2003.
- BITTENCOURT, F.G. et al. Ritual olímpico e os mitos da modernidade: implicações midiáticas na dialética universal/global. *Pensar a prática*, Goiânia, v. 8, n. 1, p.21-36, 2005.
- 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. A falação esportiva. In: _____. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p.220-226.
- FANTIN, M. *Mídia-educação: conceitos, experiências, diálogos Brasil-Itália*. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.
- 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, G.M. 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.
- GOLDENBERG, M. *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais*. 9ª. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- JACKS, N. *Querência – cultural regional como mediação simbólica: um estudo de recepção*. Porto Alegre: UFRGS, 1999.
- KENSKI, V.M. *O impacto da mídia e das novas tecnologias de comunicação na educação física*. Motriz. Rio Claro: v.1, n.2, dez.1995, p.129-134.
- KFOURI, J. Pauta para depois dos Jogos Pan-Americanos. *Observatório da Imprensa*, ano 12, n. 443, 24 jul. 2007. Entrevista concedida a Lucas Ferraz. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=443IMQ004>>. Acesso em: 22 out. 2007.
- MARCHI JÚNIOR, W. “*Sacando*” o voleibol: do amadorismo à espetacularização da modalidade no Brasil (1970-2000). 2001. 267 f. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Unicamp, Campinas, 2001.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2ª. Ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- MAURÍCIO, F. 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/handle/1904/18312>>. Acesso em: 23 set. 2006.
- MORIN, E. Os olímpicos. In: _____. *Cultura de massas no século XX*. 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997, p.105-9.
- NOZAKI, H.T.; PENNA, A.M. Jogos Pan-americanos Rio de Janeiro 2007: por trás das cortinas do grande espetáculo. *Lecturas Educación Física y Deportes*, Buenos Aires, ano 12, n.110, jul.2007. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd110/jogos-pan-americanos-rio-de-janeiro-2007.htm>>. Acesso: 22 out. 2007.
- OROZCO, G.G. Hacia una dialéctica de la recepción televisiva: la estructuración de estrategias por los televidentes. *Comunicação & Política na América Latina*, São Paulo, ano 8, v. 22 a 25, p.57-73, 1993.

_____. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, D. de (org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p.81-98.

PIRES, G. De L. *Educação física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória*. Ijuí: Unijuí, 2002.

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.

SANTAELLA, L. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker, 2001.

TRAQUINA, N. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo-RS: Editora Unisinos, 2001.

WOLF, M. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

O presente texto foi produzido a partir da Dissertação de Mestrado intitulada *Os Jogos Pan-americanos Rio/2007 e o agendamento midiático-esportivo: um estudo de recepção com escolares*, apresentada no Programa de Pós-Graduação em Educação Física do Centro de Desportos da Universidade Federal de Santa Catarina, em 29/02/2008, sob orientação do Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires (DEF/CDS/UFSC). Uma versão preliminar deste texto foi publicada nos anais do XV Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte em Recife/2007).

Contato:

Cristiano Mezzaroba

Rua Capitão Américo, 103 – B-406, Córrego Grande – Florianópolis/SC – CEP 88037-060

cristiano_mezzaroba@yahoo.com.br

Telefone: (48) 9602-5948

Forma de apresentação: comunicação oral

Recurso: datashow