



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

AS OLIMPIADAS E PARAOLIMPIADAS DE 2012 NA MÍDIA SERGIPANA: INVESTIGANDO ESTRATÉGIAS DE AGENDAMENTO E A MOBILIZAÇÃO DA DIALÉTICA GLOBAL-LOCAL

MsC. Cristiano Mezzaroba - Professor Assistente DEF/CCBS/UFS

MsC. Sérgio Dorenski Dantas Ribeiro - Professor Assistente DEF/CCBS/UFS

Dr. Fábio Zoboli – Professor Adjunto DEF/CCBS/UFS

MsC. André Marsiglia Quaranta – Sec. de Ed. do Estado de Sergipe

Paula Aragão – Mestranda em Educação Física – PPGEF/UFSC

Luciana Carolline Pina Garcia – Profª Contratada da Rede Estadual/SE

Keyte dos Santos Matos - LaboMídia/UFS

Janderson dos Santos Paixão - LaboMídia/UFS

Russel Petresson - LaboMídia/UFS

Leonardo dos Santos - LaboMídia/UFS

Janaína Rodrigues de Jesus - LaboMídia/UFS

Eduardo Carvalho - LaboMídia/UFS

Resumo

Com a chamada "década esportiva", o Brasil tem atraído as atenções mundiais destacando-se no cenário esportivo por sediar o Pan-americano/2007 no Rio de Janeiro, Copa das Confederações/2013, Copa do Mundo/2014, e os Jogos Olímpicos, Rio/2016. Em 2012, ano olímpico que culmina como "preparação brasileira" para sediar os Jogos Olímpicos/2016, teremos, em Londres/Inglaterra, a exacerbação do fenômeno esportivo nas suas múltiplas facetas, articulando diversos setores, como economia, cultura, política, educação e esporte - apresentados para o país através da mídia, especialmente, televisão, jornais impressos e internet. Convictos de haver uma antecipação e crescente visibilidade das Olimpíadas/2012, a qual denominamos de "agendamento midiático-esportivo", intentamos pesquisar as maneiras como os veículos midiáticos do estado de Sergipe (jornal impresso, mídia digital e televisiva) apresentam para a população local os acontecimentos relativos ao megaevento, fazendo o exercício da "dialética global-local" - estratégia de aproximação do evento com a população local, procurando criar uma identidade com o público, a partir de mediações culturais locais/globais. Além disso, como forma de acompanhar as maneiras pelas quais determinados sujeitos recebem e interpretam tais discursos, temos como foco concomitante ao desenvolvimento desta pesquisa, realizar um estudo de recepção à mídia esportiva investigando professores de Educação Física da rede estadual/SE.

Palavras-chave: *Década Esportiva; Agendamento; Dialética Global-Local; Estudo de Recepção.*



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

THE OLYMPIC AND PARALYMPIC GAMES OF 2012 IN THE MEDIA OF SERGIPE: THE INVESTIGATION OF STRATEGIES FOR THE SCHEDULING AND MOBILIZATION OF THE GLOBAL-LOCAL DIALECTIC

Abstract

With the headline "decade sports," Brazil has attracted world attention with emphasis on the sports scene for hosting the Pan-americano/2007 in Rio de Janeiro, the "Copa das Confederações/2013", World Cup/2012 and the Olympics Games, Rio/2016. In 2012, an olympic year culminating as "preparation Brazilian" to host the Olympic Games/2016, we will have in London/England, the exacerbation of the sport phenomenon in its multiple facets and articulating various sectors such as economy, culture, politics, education and sport - presented to the country through the media, especially, by the television, newspapers and internet. Convinced that there is an anticipation and growing visibility of the Olimpíadas/2012, a phenomenon we call "media-sport schedule," we intend to research the ways the media vehicles in the state of Sergipe (newspaper, television and digital media) present for the local population events related to the mega event, making the exercise of "global-local dialectic" – a strategic approach of the event with the local population, and trying to create an identity with the public, from local cultural mediations/global. Furthermore, in order to monitor the ways that certain individuals receive and interpret these discourses, we have a focus on the concomitant development of this research, a study of the sports media reception investigating Physical Education teachers of the state/SE.

Key-words: *Decade Sports; Scheduling; Global-Local Dialectic; Reception Study.*

LAS OLIMPIADAS Y PARAOLIMPIADAS/2012 EM LA MEDIA SERGIPANA: INVESTIGACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE LA "PROGRAMACIÓN MEDIÁTICA-DEPORTIVA" Y LA MOBILIZACIÓN DE LA "DIALÉCTICA GLOBAL-LOCAL"

Resumen

Con la llamada "década deportiva", Brasil ha atraído la atención mundial destacándose en la escena deportiva por ser anfitrión del Pan-americano/2007 en Río de Janeiro, la Copa Confederaciones/2013, Mundial de Selecciones/2014 y los Juegos Olímpicos, Rio/2016. En 2012, año olímpico que culmina en la "preparación brasileña" para ser sede de los Juegos Olímpicos/2016, tendremos, en Londres/Inglaterra, la exacerbación del fenómeno del deporte en sus múltiples facetas, articulando varios sectores como la economía, la cultura, la política, la educación y el deporte - presentado en el país a través de la media, en especial, la televisión, periódicos e Internet. Convencido de que hay una anticipación y creciente visibilidad de las Olimpíadas/2012, fenómeno que llamamos "programación mediática-deportiva", intentamos investigar las formas como los vehículos mediáticos en el estado de



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

Sergipe (periódicos, televisión y medias digitales) presentan para la población local los eventos relacionados con los mega eventos, haciendo el ejercicio de la "dialéctica global-local" – estrategia de aproximación del evento con la población local, tratando de crear una identidad con el público, a partir de las mediaciones culturales locales/globales. Además, con el fin de acompañar las forma en que ciertos individuos reciben e interpretan estos discursos, nos hemos centrado concomitante al desarrollo de esta investigación, realizar un estudio de la recepción de la media deportiva investigando los profesores de educación física del estado/SE.

Palabras clave: *Década deportiva; programación; dialéctica Global-Local; estudio de la recepción*

INTRODUÇÃO

O Brasil, nos últimos anos, passou a atrair as atenções mundiais, que, certamente, irão se intensificar logo mais, quando dois megaeventos esportivos se aproximarem em nossa agenda, em especial, a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas e Paraolimpíadas de 2016 no Rio de Janeiro.

O momento atual brasileiro, portanto, é perpassado e envolvido por um somatório de forças – principalmente políticas e econômicas, até então as mais visíveis neste momento – que se configuram naquilo que se está denominando de “década do esporte no Brasil”. O marco inicial deste período começou em 2007, com a realização, também no Rio de Janeiro, dos Jogos Pan-americanos e seguirá, em 2013, com a Copa das Confederações, uma “prévia” da Copa do Mundo de 2014; e por último, falando-se apenas dos megaeventos, teremos, em 2016, pela primeira vez no Brasil e num país da América do Sul, os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos, na cidade do Rio de Janeiro.

Antes de todas essas competições esportivas mundiais, porém, teremos, em 2012, os Jogos Olímpicos em Londres, na Inglaterra, os quais certamente serão tratados pela mídia brasileira, nas questões técnicas esportivas e no que cabem as questões de infra-estrutura do evento, à maneira de uma “preparação brasileira” para o evento que, quatro anos depois, acontecerá aqui no Brasil. Nesses anos olímpicos, como estamos habituados a ver, assim como em anos de realização de Copa do Mundo de Futebol, há certo ‘clima no ar’. Há uma sensação de pertencimento à cultura brasileira e uma mobilização de sentidos e significados – produzidos pela esfera midiática naquilo que se convém chamar de produtos simbólicos – que criam uma verdadeira identidade cultural que, de maneira explícita e implícita, pintam de verde-amarelo as nossas telas de televisão ou do computador, ou mesmo as páginas dos jornais e das revistas.

Através destes dois megaeventos esportivos, e aqui trataremos em especial dos Jogos Olímpicos, pela sua proximidade temporal, constata-se a exacerbação do fenômeno esportivo nas suas múltiplas facetas, articulando, para isso, os mais variados setores, como economia, cultura, política, educação e, claro, esporte – apresentados para a sociedade brasileira por meio das diversas mídias, em especial, televisão, jornais impressos e internet.



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

Considerando-se que esse conjunto de veículos midiáticos – com suas particularidades e formas de produzir, veicular e circular informação num país com as dimensões continentais como é o caso do Brasil – é o responsável por trazer até nós, leitores, telespectadores, internautas, as informações do cotidiano (seja ele local, regional, nacional ou mesmo mundial), consideramos que a criação de produtos culturais simbólicos em torno dos acontecimentos esportivos implica em compreensões e representações deste universo esportivo.

Por suas diversas e complexas estratégias, a mídia cria maneiras de cobrir determinados eventos, e antes disso, procura antecipar informações deste mesmo acontecimento (pensando nas atenções da audiência e no retorno econômico), dando visibilidade àquilo que lhe é mais interessante. Duas formas “clássicas” de a mídia operar tal formatação é por meio da mercadorização do esporte (o esporte tomado como mercadoria, como um produto que passou a ser comercializado – facilmente visualizado nas transmissões esportivas!) e da (tele)espetacularização, em que o esporte é tomado por uma série de recursos virtuais com o intuito de se adequar à própria linguagem televisiva (replays, câmera lenta, quantificações, câmeras nos mais diversos ângulos).

A partir dessa assertiva percebemos que o “modelo” de esporte que constantemente temos adentrando nossos lares, principalmente pela televisão, é aquele do esporte de alto rendimento, implicando nas práticas corporais da sociedade, sejam aquelas presentes como conteúdos da Educação Física escolar, sejam aquelas tomadas no tempo de lazer da população.

Assim, imaginando haver uma antecipação e crescente visibilidade das próximas Olimpíadas/2012, processo este chamado de "agendamento midiático-esportivo" (MEZZAROBBA; MESSA; PIRES; 2011), temos como objetivo, nesta pesquisa, analisar as diversas estratégias como os veículos midiáticos do estado de Sergipe (jornal impresso, portais de internet e mídia televisiva) apresentam para a população local os acontecimentos relativos a este megaevento, fazendo o exercício da chamada "dialética global-local", ou seja, estratégia de aproximação do grande evento com a população local (procurando criar uma identidade deste evento para com o público, a partir de mediações culturais locais/globais).

Além disso, como forma de acompanhar as maneiras pelas quais determinados sujeitos recebem e interpretam tais discursos, temos como foco, também, concomitante ao desenvolvimento desta pesquisa, realizar um estudo de recepção à mídia esportiva investigando professores de Educação Física do Estado de Sergipe, por serem esses sujeitos os potenciais responsáveis pela mediação pedagógica do tema "esporte" nas aulas de Educação Física.

Considerando-se as discussões da sociedade brasileira desde a escolha da cidade do Rio de Janeiro como sede das Olimpíadas/2016, temos nas mais variadas instâncias, debates em torno dos impactos e legados sociais de megaeventos esportivos. Nesse sentido, portanto, pretendemos contribuir com tal discussão, tratando em especial do contexto do Estado de Sergipe, um estado “periférico” nas questões esportivas nacionais e por não ser sede de nenhum outro megaevento. Com isso, perguntamo-



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

nos: de que maneira a mídia de Sergipe irá abordar as Olimpíadas e Paraolimpíadas de Londres/2012 ao agendar este evento, acionando mecanismos identitários locais na relação com o acontecimento mundial? E os professores de Educação Física, enquanto sujeitos responsáveis pela mediação pedagógica deste tipo de debate sobre o fenômeno esportivo, como acompanharão tais discussões?

Pretendemos, com isso, contribuir com o contexto da formação profissional local, pensando nos sujeitos pesquisadores, enquanto prática investigativa e prática educativa (DEMO, 2003), bem como, numa perspectiva crítica, ampliar as discussões da produção e veiculação de notícias do estado de Sergipe e para com os professores de Educação Física que atuam no contexto escolar, pensando na dimensão midiática como possibilidade de expandir o conhecimento do fenômeno esportivo.

Acreditamos que por em pauta permanente de discussão o tema dos eventos esportivos que acontecerão aqui no Brasil, é condição *sine qua nom* para entender os trâmites políticos, os interesses econômicos, entre outros, que rondam em todos os campos da sociedade e que implica direta e indiretamente na vida das pessoas. Mudanças estruturais já começaram e outras estão por vir, espaços urbanos foram (re) definidos, estádios estão sendo (re) construídos, pessoas estão migrando de seus lugares, novas rotas de transportes terrestres estão sendo traçadas, aeroportos sendo ampliados, ou seja, uma infinidade de ações que estão imbricadas com um movimento para realização de um evento desta natureza. Portanto, este estudo nasce com a responsabilidade de abrir o diálogo com a sociedade não como diletantismo acadêmico, mas, sobretudo, de estarmos convictos que este é o papel da universidade, pública, referenciada.

QUADRO TEÓRICO-CONCEITUAL DE REFERÊNCIA

Da agenda-setting ao agendamento midiático-esportivo: aproximações teóricas na tematização das Olimpíadas e Paraolimpíadas de Londres/2012

No campo jornalístico, ou melhor, a partir dos meios de comunicação, é possível perceber como se constituem as estratégias de persuasão para atrair o público – os sujeitos-receptores – ou como diz Thompson (2000) potenciais consumidores. Seja no *marketing* de alto nível, seja nas mensagens subliminares, a preparação para o encontro entre produto da mídia e sociedade (consumo) fica evidente. Uma das estratégias é o *agendamento*.

Mas o que é, então, a *agenda* e o *agendamento*?

Conceitualmente, as *agendas*, de acordo com Borelli & Fausto Neto (2002, p.73), “são temas, assuntos selecionados para serem ofertados aos leitores”. 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 campos sociais atribuem confiabilidade ao dito do jornal.” (FAUSTO NETO, 2002, p.16).



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

De forma mais clara, o *agendamento* pode ser entendido como “o processo em que são determinadas as questões mais importantes, é um trabalho discursivo empreendido pelas mídias.” (BORELLI & FAUSTO NETO, 2002, p.73). Borelli (2003) argumenta que o *conceito de agendamento* está relacionado ao dizer jornalístico, e que esse “dizer” é realizado numa extração de determinados atos em meio a tantos outros, sendo que a escolha precisa ser qualificada para ter relevância. Essa mesma autora comenta que “no processo de agendamento, os jornais escrevem para dialogar com outros campos sociais, isto é, as agendas midiáticas são elaboradas em função de outras agendas e para um ‘leitor construído idealmente’” (p.2).

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

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. (Id.).

Para Fausto Neto (2002) “O agendamento decorre de movimentos que a sociedade desenvolve mediante seus diferentes campos que, a seu turno, constituem suas respectivas agendas, movendo-as nos tabuleiros nas negociações, dos interesses, dos poderes e das ideologias.” (p.12).

Procurando conceituar ainda o *agendamento*, Borelli (2003, p.2) escreve que:

O agendamento no esporte não se constitui apenas numa decisão unilateral dos mídias, pois ele resulta de movimentos que a sociedade realiza, a partir das relações entre os diversos campos sociais, constituindo suas próprias agendas, empreendendo negociações, disputas, *colocando à mesa* interesses, ideologias, culturas e poderes.

Didaticamente, de acordo com Fausto Neto (2002, p.13) há três grandes atores que constroem as agendas: *os promotores* (instituições empreendedoras da atividade esportiva, de natureza pública e privada, como por exemplo: agremiações, agências, atletas etc.); *os divulgadores* (constituídos pela esfera midiática, que faz a veiculação) e *os consumidores* (os públicos, aficcionados 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 preferências.” (Id.). Para se entender de forma mais aprofundada a questão do agendamento do esporte é necessário saber, em primeiro lugar, que a visibilidade midiática das instituições e dos campos sociais tem como objetivo o seu “funcionamento”; e em segundo lugar, que os processos de agendamento realizados pelos campos sociais têm o esporte como fim. (FAUSTO NETO, 2002).



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

Na atividade midiática se “lida de um lado com as fontes, no processo de produção da atualidade. E de outro, com os receptores, quando disponibiliza para eles a edição de cada dia.” (Id.)

Na tentativa de analisar algumas estratégias discursivas desenvolvidas pelas mídias (no caso, a *Folha de São Paulo*, *Zero Hora* e *A Razão*) na cobertura jornalística do contexto em que ocorreu a queda do treinador Wanderley Luxemburgo, então técnico da seleção brasileira de futebol nas Olimpíadas de Sidney-2000, Borelli (2003), com o artigo intitulado ‘*A queda de um treinador: estratégias discursivas de agendamento e a demissão de Luxemburgo da Seleção Brasileira de Futebol*’, verificou que o processo de agendamento é, cada vez mais, marcado por *multiagendas*, isto é, não se restringe apenas ao campo esportivo e midiático, mas também ao da justiça, da política, economia, opinião pública etc.

Neste sentido, a autora citada acima considera alguns *conceitos* essenciais na compreensão daquilo que o trabalho jornalístico constrói:

- *Enumeração*: é o posicionamento do próprio jornal em relação ao acontecimento;
- *Polifonia*: é a multiplicidade de vozes e/ou falas para além da fala orquestrada do jornal (heterogeneidade discursiva);
- *Interdiscursividade*: outros discursos que tornam mais competente a estratégia discursiva;
- *Agendamento/tematização*: o agendamento seria um trabalho de produção de sentido, procurando “chamar a atenção”; e a tematização seria a relevância a determinados fatos da realidade social.

A construção teórica e empírica do *agendamento* surge a partir da hipótese de *agenda-setting*, que foi elaborada no final da década de 60 por M. McCombs e D. Shaw, devido à constatação dos mesmos com relação à grande ligação que existia entre aquilo que a imprensa destacava em suas questões e o nível de importância que as pessoas da comunidade (pessoas que estavam expostas à mídia) atribuíam ao que era noticiado.

Segundo Pavarino (2003), tais veículos de comunicação são os principais responsáveis pela ligação entre o acontecimento e a opinião pública, dizendo às pessoas sobre o que pensar, e assim, direcionando o público. Para esta autora, “A hipótese da *Agenda-Setting* propõe que aquilo que é comentado, discutido, pensado na esfera social deve-se, em grande parte, aos *mass media*.” (Id.).

Wolf (2001) comenta que com as modificações dos efeitos dos meios de comunicações de massa (de curto para longo prazo) surge a hipótese do *agenda-setting*, a qual defende que:

em consequência 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. (SHAW apud WOLF, 2001, p.144).



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

Em seu artigo *O agendamento do esporte: uma breve revisão teórica e conceitual*, Fausto Neto (2002) procura “refletir sobre o papel das agendas dos meios de comunicação sobre a realidade de cada um (...), o que a esfera das mídias tem a ver com a organização e/ou os interesses que constituem a nossa vida.” (p. 9-10). Este mesmo autor comenta sobre o quanto nossas vidas, atualmente, são organizadas de “fora para dentro”, ou seja, o quanto que nossas rotinas, expectativas e prazos nos são, de certo modo, “impostos” ou “concebidos” por instituições, neste caso, os meios de comunicação.

Mas isso não significa que os efeitos das mídias sejam tão deterministas sobre nossas mentes/intelecto/cognição como se imaginou por algum tempo. Sobre tais efeitos deterministas das mídias, Fausto Neto (2002) comenta que o campo midiático seria a principal instituição da atualidade em nossa sociedade, tendo o poder de nos dirigir, de forma estratégica, a agenda nossa de cada dia. Graças a isso, nossas vidas seriam conseqüências desse poder agendador. Este mesmo autor considera que “é certo que os mídias tenham o poder de agenda, e igual poder de nos ofertar temas para pensar. Porém, não significa dizer que pensamos exatamente nos formatos/enquadramentos sugeridos por eles.” (Ibid., p. 11-2). Para ele, “o campo das mídias é uma instância de produção, de organização e de tematização de agendas.” (p.10). Assim, os “estudos sobre agenda (...) representam uma nova faceta de pensar a questão do poder das mídias”. (Id.).

A dialética global-local como forma de mobilização das atenções... da audiência e consumo da notícia!

O esporte enquanto instituição constituída no final do século XIX e início do XX e com o advento das grandes competições internacionais, atrai os olhares do mundo. Neste aspecto, com os meios de comunicação (principalmente com a televisão e a internet) a relação espaço-tempo é reduzida e a possibilidade de estar longe e ao mesmo tempo perto, é materializada nas transmissões e mediações tecnológicas.

Além disso, passamos a vivenciar algo fascinante na dialética global-local (ou universal-local) durante os megaeventos, ou seja, o transporte de nossa identidade na representação local, para o herói esportivo o qual nos representa e a nós mesmos, enquanto "nação", no que tange às questões da identidade cultural de um país. Como explica Bitencourt (2004, p. 5) “(...) que os sujeitos sociais param para assistir aos Jogos Olímpicos. Esta sensação de estar parado apenas serve como baliza para aceleração que se opera quando um evento desta natureza se realiza”. Parece-nos que nestes momentos, o sentido cultural – identidade local – é subsumido pelo sentido nacional e o orgulho de ser “brasileiro” paira sobre todos nós.

Outros estudos em diferentes meios de comunicação apontam para a utilização da estratégia discursiva da dialética global-local, um deles, inclusive, específico ao contexto sergipano. Cruz *et al* (2010), com a pesquisa "Olimpíadas Rio-2016: um estudo na mídia impressa sergipana", investigaram



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

uma mídia impressa sergipana sobre a cobertura jornalística em torno da escolha da cidade do Rio de Janeiro como sede dos Jogos Olímpicos de 2016, sendo que destacaram a existência de publicações e passagens discursivas que buscavam aproximar os leitores (locais) do evento (global) já 6 anos antes da realização do mesmo.

O exemplo de mais essa pesquisa aponta como o discurso da mídia busca fazer uma aproximação espaço-temporal de um acontecimento global para dimensões locais. No caso deste mesmo estudo, ao considerar a distância geográfica (entre a capital sergipana e a capital fluminense) e o tempo futuro de realização das Olimpíadas/2016 (faltavam seis anos quando da divulgação, pois ocorreu em 2010), mesmo assim a mídia local fez alusão de algo tão abstrato ao público leitor com evidências mais próximas dos mesmos com o intuito de identificá-los com a publicação e levá-los a consumi-la na tentativa de criar certa identidade, talvez, vinculando-se a uma ideia mais generalizada da "identidade brasileira". Segundo os autores desta mesma pesquisa, a mídia utilizou-se de estratégias que simplificaram a informação, reduzindo, assim, a capacidade dos leitores de formar uma opinião crítica sobre o assunto abordado.

Outro estudo que trouxe em seu cerne as estratégias utilizadas pela mídia impressa local na construção de uma identidade mais próxima a partir dos Jogos Pan-Americanos Rio/2007 foi o estudo de Ribeiro *et al* (2009), situando a cobertura dos atletas sergipanos que estavam participando deste evento. Tendo como arcabouço as categorias empíricas organizadas por Pires *et al* (2010), a cobertura do jornalismo sergipano sobre os atletas deste mesmo estado, ou “sergipanamericanos¹”, naquela ocasião foi observado que somente no período dos Jogos é que foram trazidos os “heróis” sergipanos na pauta midiática. Pôde-se destacar que por conta da lógica hegemônica do esporte enquanto mercadoria, que os atletas observados não aparecem em outros momentos na mídia impressa.

Numa pesquisa, em contexto diferente, especificamente com um pequeno grupo de jovens de uma instituição particular de Florianópolis, capital catarinense, Mezzaroba (2008), ao acompanhar tais sujeitos em relação a como recebiam, compreendiam e ressignificavam as informações advindas dos mais variados veículos midiáticos presentes no cotidiano deles quanto aos Jogos Pan-americanos Rio/2007, no Rio de Janeiro. Nesta mesma investigação, constatou-se que a dialética global-local (BITENCOURT *et al*, 2005; PIRES *et al*, 2010) foi uma das estratégias observadas por tais jovens ao identificarem elementos locais na cobertura da mídia. Isso ocorreu principalmente pelo fato da mídia utilizar os atletas locais – “florianopolitanos e catarinenses” – para “contar” sobre um evento “nacional”, ou seja, a mídia catarinense fez uso dos atletas daquele estado para abordar as questões gerais dos Jogos Pan-americanos Rio/2007.

¹ Em alusão ao termo utilizado pela mídia televisiva local referindo-se aos atletas sergipanos que participaram dos Jogos Pan-Americanos no Rio de Janeiro em 2007.



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

O jornalismo esportivo: compreendendo o campo jornalístico específico a partir da “falação esportiva” e da “circularidade circular da informação”

Segundo Freitas Filho (1985, p.51), “Esporte e jornalismo mantêm, hoje, mais do que nunca, uma estreita e harmoniosa relação em qualquer parte do mundo (...) por serem, de uma certa forma, atividades que se complementam.”

Significa que há, entre ambos, uma relação dupla: o esporte se serve da mídia (que o divulga e dissemina) e a mídia do esporte (utilizando-o como um produto para “tratar” e vender) – ou como Freitas Filho escreve, “Lucro, portanto, para ambas as partes.” (Ibid., p.52).

Para este autor, o jornalismo esportivo começou a se desenvolver a partir do momento em que as coberturas passaram a ser *permanentes*, ou seja, sequenciais (para além do dia-a-dia), e não mais apenas a *cobertura circunstancial* (no momento de sua realização). Assim, os detalhes corriqueiros e a preocupação com as “imagens dos protagonistas do espetáculo” foram supervalorizados. Aos poucos, a notícia esportiva foi ganhando mais espaço nos jornais, conquistando sua própria editoria e constituindo sua equipe própria (repórteres, redatores e cronistas).

Com o jornalismo esportivo, isto é, o empreendimento da linguagem sobre o esporte, o movimento humano, especialmente o esporte, recebe outro “tratamento”, criando outros entendimentos a respeito do mesmo. (BORELLI; FAUSTO NETO, 2002).

Há, no jornalismo esportivo, a figura dos *especialistas*, responsáveis pelas *colunas especializadas*, que “ocupam lugar de destaque nas páginas de esporte e refletem imaginários, desejos, escolhas da opinião pública, instituindo identidades e construindo vínculos.” (Ibid, p.64). Os colunistas, desta maneira, ao desenvolver seu trabalho, legitimam e institucionalizam o campo esportivo, promovendo uma grande *conversação* sobre os mais variados fatores.

Outra característica da relação esporte-jornalismo é a questão do espaço destinado ao esporte nos jornais. Quase que uma regra, o esporte *habita* as últimas páginas, “consideradas, juntamente com as primeiras, as mais atrativas e privilegiadas do conteúdo jornalístico. Desta maneira, ele tem um status diferenciado das demais editorias, pois é tematizado em lugares especiais.” (Ibid., p.67).

A *polifonia* seria outra característica do jornalismo esportivo. Ela pode ser entendida como uma “grande interdiscursividade, reunindo inúmeras vozes de personagens do campo esportivo e de outros que mantêm relação com ele”. (BORELLI, 2002, p.67). Assim, ela é utilizada para “didatizar, explicar, avaliar, enquadrar, tematizar o esporte com base em variadas falas (jogadores, técnicos, dirigentes, patrocinadores, torcedores, médicos e especialistas).” (Id.)

Ainda sobre essas *inúmeras vozes*, que permitem o jornalismo instituir² o esporte, Borelli & Fausto Neto (2002, p.68) escrevem que “[a partir delas] é que o campo esportivo ganha visibilidade na

² De acordo com Borelli & Fausto Neto (2002) e Borelli (2002) o jornalismo institui o esporte de várias maneiras: cultuando o herói; criando “atores” do mundo esportivo; bisbilhotando a vida dos “olimpianos”; analisando competições e



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

mídia, na medida em que são construídos sentidos através de enquadramentos, qualificações, nomeações, destaques, enfim, da tematização da atualidade.” Tal *polifonia* poderia ser caracterizada como a *falação esportiva*, denominação cunhada por Umberto Eco, em crônica de 1984 e recuperada por Betti (1998).

Outra questão relevante de ser destacada refere-se àquilo que Bourdieu (1997) denomina de *circulação circular de informação*, ou seja, a mesma informação circulando entre diversos veículos de comunicação, como num círculo vicioso. Este mesmo autor acredita que “os produtos jornalísticos são muito mais homogêneos do que se acredita” (p. 30), isto é, para ele, as diferenças mais evidentes dos jornais (sobretudo suas opiniões políticas) “ocultam semelhanças profundas, ligadas em especial às restrições impostas pelas fontes e por toda uma série de mecanismos, dos quais o mais importante é a lógica da concorrência.” (Ibid., p.31).

Dessa maneira, Bourdieu (1997) permite-nos pensar que esses profissionais especializados que nos informam (no caso, os jornalistas) são informados por outros informantes (outras “fontes”). Compreensão esta corroborada por Borelli (2002), ao fazer a seguinte afirmação “pode-se dizer que a imprensa é que recria, engendra, produz os discursos sobre o esporte, construindo uma grande ‘falação esportiva’”.

A METODOLOGIA DA PESQUISA: APRESENTANDO SEUS DIFERENTES SUBPROJETOS

Esta pesquisa, de natureza qualitativa, por trabalhar com o universo de significados, crenças, valores e atitudes presentes na realidade social humana (MINAYO; GOMES, 2010), caracteriza-se como um estudo observacional-descritivo (TRIVIÑOS, 1987), cuja abordagem em relação ao objeto recortado da realidade objetiva, compreenderá o discurso midiático-esportivo em torno da cobertura das Olimpíadas e Paraolimpíadas de 2012 e tenta interpretar as dimensões discursivas da mídia em que essas narrativas são construídas, além da triangulação que pretendemos realizar em torno do estudo de recepção que se fará com os professores de Educação Física.

Neste sentido, pretende-se recolher dados presentes no discurso midiático a partir de diferentes enfoques, organizado em quatro subprojetos que tem procedimentos metodológicos próprios, descritos a seguir. São eles:

1. **MÍDIA IMPRESSA:** *Do global ao local na mídia impressa sergipana: "sem liberdade de criticar não existe elogio sincero" diante das Olimpíadas de Londres/2012*

conjecturas; “fofocando”; sondando fatos, causas e conseqüências, orquestrando relatos sobre um fato particular (como uma despedida de um atleta, a conquista de um título, o fracasso etc).



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

A frase em destaque deste subprojeto, de autoria do dramaturgo francês Pierre-Augustin Caron de Beaumarchais (1732-1799), trata-se do slogan do jornal impresso que iremos observar visando atender os nossos objetivos de pesquisa.

Para a materialização deste estudo, faremos o acompanhamento dos exemplares do tradicional impresso do Estado de Sergipe, o *Jornal da Cidade*, compreendendo o momento que acontecerão os jogos, bem como período que o antecede (10.06.12 – 12.08.2012).

Inicialmente, faremos a leitura de todas as edições do período descrito, observando tanto forma como conteúdo e, em seguida, catalogaremos estes dados, facilitando assim o acesso às informações pertinentes para a análise. Quanto à forma, levaremos em consideração a organização das matérias distribuídas pelas editorias, o espaço ocupado, fotografias e publicidade que possam estar atreladas ao nosso objeto de estudo. Quanto ao seu conteúdo, os nossos esforços serão no propósito de analisar os sentidos e possíveis intencionalidades contidos nos dados coletados. Isto poderá nos levar a discutir categorias *a priori* ou que possam surgir empiricamente.

2. MÍDIA DIGITAL (INTERNET): “*Sua internet com muito mais vantagens e sabendo de tudo sobre notícias, esportes e entretenimento*”³: *investigando os dois principais portais sergipanos ao veicularem as Olimpíadas e Paraolimpíadas/2012*

Os indivíduos do mundo atual, do chamado mundo globalizado, vivem rodeados de novidades no campo da comunicação. A *internet* veio revolucionar a vida dessas pessoas, deixando-as conectadas 24 horas por dia, através de um simples *click* no mouse do computador, ou mesmo de um *touch* numa tela. Isso tudo através das mídias digitais que podem ser definidas como o conjunto de meios e processos de comunicação por onde as informações são escritas e lidas via equipamentos eletrônicos (RÜDIGER, 2011).

Este eixo da pesquisa tem por objetivo analisar como os meios de comunicação do estado de Sergipe através da internet tratarão a cobertura dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2012 em Londres/Inglaterra. Diante deste cenário atual, pensando no âmbito de Sergipe no que diz respeito à notícias e informações através da internet, escolhemos os dois principais sites de jornalismo do estado, o *Portal Infonet* e o *Emsergipe.com*, este último atualizado para o G1, portal do grupo Globo. São os dois portais de informação que tem atualização constante e simultânea com os fatos do estado e do país, ambos oferecem *webmail* grátis ao usuário e a possibilidade deste deixar a sua opinião sobre a informação ou notícia veiculada.

³ O título do subcapítulo faz menção aos slogans dos Portais *Infonet* e *Emsergipe.com* que serão os objetos desta parte da pesquisa. O *Portal Infonet* – “sua internet com muito mais vantagens” e o *Emsergipe.com* – “tudo sobre notícias, esporte e entretenimento”. Por sinal, o segundo portal, que é correspondente do *Globo.com*, utiliza o mesmo slogan da matriz nacional. Respectivamente em <http://emsergipe.globo.com/> e <http://www.infonet.com.br/>.



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

Para a coleta de dados foi feita uma simulação de observação e arquivamento dos dados (notícias, comentários e demais formas de ocorrências sobre os Jogos Olímpicos nos portais), na segunda quinzena de abril deste ano, com uma sistematização de acompanhamento diário durante os três períodos do dia (matutino, vespertino e noturno). No entanto, a sistematização foi modificada a partir do mês seguinte, onde o acompanhamento passou a ser diário, verificado ao final do último período do dia, em virtude da atualização do site até este período. Essa sistematização será desenvolvida até o término dos jogos e a análise dos dados coletados se dará sob a luz da análise de conteúdo (BARDIN, 2009).

3. MÍDIA TELEVISIVA: *Olimpíadas e Paraolimpíadas 2012: uma análise da cobertura do Jornal do Estado (TV Atalaia/Rede Record) em Sergipe*

Este eixo caracteriza-se como uma pesquisa de caráter qualitativo com um foco no estudo observacional-descritivo (TRIVIÑOS, 1987), cuja abordagem estará focada na relação do objeto recortado da realidade objetiva, na intenção de interpretar as dimensões discursivas da mídia televisiva em que a narrativa das Olimpíadas e Paraolimpíadas serão construídas, a partir de uma análise discursiva no foco narrativo e na presença ou não do conteúdo Olímpico e Paraolímpico.

Pretende-se para isso, recolher dados presentes no discurso midiático a partir de um telejornal local, onde os procedimentos metodológicos serão seguidos a partir do recurso da *hermenêutica de profundidade* (THOMPSON, 2000⁴) cuja sistematização e discussão se dará através da construção de categorias empíricas de análise, isto é, identificadas e extraídas do material coletado.

O início da coleta de dados se deu em 18 de junho de 2012 se estendendo até o final do evento Olímpico e Paraolímpico. O processo de acompanhamento está sendo feito dia a dia pelos pesquisadores.

Inicialmente é a partir daquilo que se entende por pesquisa do tipo "análise de produto midiático" que vem sendo feita a coleta e o armazenamento dos dados, organizados em forma de tabela, os dados são construídos na medida em que aparece ou não algo referente às Olimpíadas e Paraolimpíadas, essa tabela foi organizada para facilitar a organização dos dados, a qual é constituída por, data, horário do jornal, tempo da matéria (se passar algo sobre as Olimpíadas ou Paraolimpíadas) e descrição da matéria. Para essa pesquisa também será utilizado o *download* dos vídeos disponibilizados no portal do telejornal escolhido, tudo isso organizado em um banco de dados que servirão como fonte de análise da pesquisa.

⁴ No subprojeto 4, da mídia televisiva, essa questão é melhor explicada em relação aos seus procedimentos técnicos.



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

4. ESTUDO DE RECEPÇÃO: *E os professores de Educação Física, o que pensam disso tudo? Um estudo de recepção com professores de Educação Física sobre os discursos midiático-esportivos da mídia sergipana.*

Pesquisas caracterizadas como "estudos de recepção" com professores de Educação Física não são muito conhecidas no âmbito brasileiro, e, talvez, esteja aí certo ineditismo deste projeto de pesquisa, ao triangular a análise dos produtos midiáticos com a recepção esportiva, neste caso, específico com professores de Educação Física, sujeitos responsáveis pela mediação institucional escolar no sentido de alargar as compreensões em torno do fenômeno esportivo para além de sua simples prática ou consumo midiático.

Assim, nosso foco, neste subprojeto, será investigar professores de Educação Física, que atuam nas redes públicas e/ou particulares do estado de Sergipe, no período anterior à realização dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2012 (mais especificamente do dia 25 de junho até o dia 27 de julho de 2012 – totalizando 33 dias).

Neste primeiro momento da pesquisa, consiste em capturar as informações veiculadas. A coleta de dados ocorrerá com o preenchimento de *questionários recordatórios* entregues aos professores participantes da pesquisa. Neste instrumento de coleta de dados, os sujeitos informarão, dia após dia, tudo que viram ou ouviram falar a respeito do megaevento esportivo. No segundo momento, partiremos para as entrevistas – de cunho semi-estruturadas – na tentativa de identificar e analisar como tais sujeitos, responsáveis pelo conteúdo “esporte”, recebem, interpretam e ressignificam as informações oriundas das mais variadas mídias locais que tratam deste megaevento esportivo.

A análise do material recolhido nos subprojetos da mídia impressa, da mídia digital e do estudo de recepção será interpretado à luz de elementos teórico-metodológicos da *análise de conteúdo*⁵ (BARDIN, 2009) e em relação ao subprojeto da mídia televisiva será utilizado o recurso da *hermenêutica de profundidade* (THOMPSON, 2000⁶) cuja sistematização e discussão se dará através da construção de categorias empíricas de análise, isto é, identificadas e extraídas do material coletado. As descrições e interpretações ocorrerão internamente a cada subprojeto e, no que se revelar possível, também entre os subprojetos.

⁵ Segundo Bardin (2009, p.44), podemos definir a *análise de conteúdo* como: "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 (várias inferidas) destas mensagens." Este procedimento permite ao pesquisador o emprego de técnicas e normas formais de análise, que atribuem confiabilidade e validade ao conteúdo de material verbal, seja ele escrito ou oral, sendo possível identificar determinadas características deste material como, por exemplo, opiniões, valorações e representações sociais atribuídas aos fenômenos analisados.

⁶ No subprojeto 3, da mídia televisiva, essa questão é melhor explicada em relação aos seus procedimentos técnicos.



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**, 2 ed. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BETTI, Mauro. **Janela de vidro**: esporte, televisão e educação física. Campinas: Papyrus, 1998.
- BITENCOURT, Fernando Gonçalves. Ritual olímpico e os mitos da modernidade: implicações midiáticas. Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte, 2, out/2004. **Anais...** Criciúma: CBCE/UNESC, 2004.
- BITENCOURT, Fernando Gonçalves; HACK, Cássia; COSTA, Antonio Galdino; DORENSKI, Sérgio; LISBOA, Mariana; MÓL, Mellyssa; MEZZAROBBA, Cristiano; MENDES, Diego; PIRES, Giovanni de Lorenzi. Ritual olímpico e os mitos da modernidade: implicações midiáticas na dialética universal/local. **Revista Pensar a Prática**, Goiânia/GO, v.8, n.1, 2005. Disponível em: <http://www.revistas.ufg.br/index.php/fef/article/view/16061/9848>. Acesso em: 31 out. 2011.
- BORELLI, Viviane. O esporte como uma construção específica no campo jornalístico. In: Congresso Anual em Ciência da Comunicação, 25, 2002, Salvador/BA. **Anais...** Salvador: INTERCOM, 2002.
- _____. A queda de um treinador: estratégias discursivas de agendamento e a demissão de Luxemburgo da Seleção Brasileira de futebol. In: Congresso Anual em Ciência da Comunicação, 26, 2003, Belo Horizonte/MG. **Anais...** Belo Horizonte: INTERCOM, 2003.
- BORELLI, Viviane; FAUSTO NETO, Antonio. Jornalismo esportivo como construção. **Cadernos de Comunicação**, Santa Maria, n.7, p. 61-74, dez. 2002.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CRUZ, Guilherme Amorim de Moraes; PEREIRA, Rodrigo Guimarães; SANTOS, Silvan Menezes dos; OLIVEIRA, Tamires Santos. Olimpíadas Rio 2016: um estudo na mídia impressa sergipana. In: DANTAS JUNIOR, Hamílcar Silveira; KUHN, Roselaine; DEMO, Pedro. **Educar pela pesquisa**. 6^a ed. Campinas: Autores Associados, 2003.
- FAUSTO NETO, Antonio. O agendamento do esporte: uma breve revisão teórica e conceitual. **Verso & Reverso Revista da Comunicação**, São Leopoldo: Unisinos, ano XVI, n. 34, p. 9-17, jan./jun. 2002.
- FREITAS FILHO, Lauro. A cobertura esportiva no rádio e no jornal. In: DIEGUEZ, G. K. (org.). **Esporte e poder**. Petrópolis: Vozes, 1985, p. 51-59.
- MEZZAROBBA, Cristiano. **Os Jogos Pan-americanos Rio/2007 e o agendamento midiático-esportivo**: um estudo de recepção com escolares. 2008. 153p. Dissertação (Mestrado em Educação



VI Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte

“Pensando a Educação Física Escolar e Não-Escolar: estratégias na constituição de saberes”

13 a 15 de Setembro de 2012 - FURG

Física – Teoria e Prática Pedagógica) – Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

MEZZAROBBA, Cristiano; MESSA, Fábio; PIRES, Giovani De Lorenzi. Quadro teórico-conceitual de referência: megaeventos e o agendamento midiático-esportivo. In: PIRES, Giovani De Lorenzi (org.). **O Brasil na Copa, a Copa no Brasil**: registros de agendamento para 2014 na cobertura da midiática da Copa da África do Sul. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2011, p.21-45.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; GOMES, Suely Ferreira Deslandes Romeu (orgs.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 29ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

PAVARINO, Rosana Nantes. Teoria das representações sociais: pertinência para as pesquisas em comunicação de massa. In: Congresso Anual em Ciência da Comunicação, 26, 2003, Belo Horizonte/MG. **Anais...** Belo Horizonte: INTERCOM, 2003.

PIRES, Giovani De Lorenzi et al. Jogos Olímpicos e a Dialética Global-Local: os Catarinenses em Atenas/2004 na Mídia Impressa Regional. In: SANFELICE, Gustavo; MYSKIW, Mauro (orgs.). **Mídia e Esporte**: temas contemporâneos. Novo Hamburgo: Feevale, 2010, v.1, p. 34-56. (E-book disponível em <http://www.feevale.br/files/documentos/pdf/36133.pdf>)

RIBEIRO, Sérgio Dorenski *et al.* Os atletas sergipanos em debate: análise da cobertura jornalística do Pan Rio/2007. In: PIRES, Giovani De Lorenzi (org.). **“Observando” o Pan Rio/2007 na mídia**. Florianópolis: Tribo da ilha, 2009.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura**: perspectivas, questões e autores. Porto Alegre: Sulina, 2011.

TRIVINÕS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em Educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

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

Paula Aragão

Rua João Cândio dos Santos, 70, casa 03 – Pantanal – Florianópolis/SC. CEP:88040-300

e-mail: aragpaula@gmail.com

Recurso tecnológico: projetor de imagem