

**GRANDES EVENTOS ESPORTIVOS, MÍDIA E
REPRESENTAÇÕES: POSSIBILIDADES/RESPONSABILIDADES
PARA A EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR**

**Cristiano Mezzaroba¹
Diego de Sousa Mendes²
Giovani De Lorenzi Pires³**

INTRODUÇÃO

Os dez anos correspondentes ao período que vai de 2007 a 2016 tem sido chamado de a “década dos mega-eventos esportivos no Brasil”. De fato, iniciada pela realização dos Jogos Pan-Americanos e os Para-Pan de 2007, na cidade do Rio de Janeiro, nesta década acontecerão ainda em nosso país os Jogos Mundiais Militares, no Rio de Janeiro (2011), a Copa das Confederações de Futebol da FIFA (várias sedes no Brasil, em 2013), a Copa do Mundo de Futebol da FIFA (várias cidades brasileiras, em 2014), culminando com os Jogos Olímpicos e as Para-Olimpíadas de 2016, cuja sede também será a cidade do Rio de Janeiro. Sem esquecer que, dado ao processo de globalização midiaticizada do esporte, já acompanhamos ou ainda iremos acompanhar, neste período, eventos esportivos que aconteceram ou acontecerão em diferentes continentes, como os Jogos Olímpicos/Para-Olimpíadas de Pequim (2008), os Jogos Olímpicos de Inverno/2010 (Vancouver/Canadá), a Copa do Mundo da África do Sul/2010, os Jogos Olímpicos de Londres/2012 e os Jogos Olímpicos de Inverno de Sóchi/Rússia//2014, entre tantos outros.

A realização destes grandes eventos esportivos atende à lógica da espetacularização, ou seja, são planejados e desenvolvidos sob a perspectiva dos grandes espetáculos midiático-esportivos, em que o público consumidor não se limita às competições esportivas propriamente ditas, mas são instados a adquirir também uma série de “produtos midiáticos” que são veiculados, de materiais e equipamentos esportivos a estilos de vida, cujas representações na sociedade se consolidam à medida que são associados ao esporte.

¹ Mestre em Educação Física/UFSC. Professor Assistente Departamento de Educação Física/UFS.

² Mestre em Educação Física/UFSC. Professor Assistente Departamento de Educação Física/UFS.

³ Doutor em Educação Física/Unicamp. Professor Adjunto Centro de Desportos/UFSC.

Para a Educação Física, os mega-eventos da década do esporte no Brasil abrem possibilidades para a tematização pedagógica do conteúdo esporte, ao mesmo tempo em que nos atribui responsabilidades na formação da cultura esportiva da sociedade.

Desta forma, o presente texto foi produzido na intenção de tentar compreender as representações sociais, complexas e contraditórias, sobre esporte que ganham visibilidade em função dos grandes eventos esportivos da “década”. Para ancorá-las (termo caro à teoria das representações sociais), recuperam-se algumas reflexões realizadas em palestra para acadêmicos de Educação Física desenvolvida por dois dos autores (Cristiano Mezzaroba e Diego Mendes⁴). Na sequência, a partir do conceito de mídia-educação, passamos a refletir sobre as possibilidades e responsabilidades emergentes para os professores de Educação Física, visando o devido trato pedagógico com o tema esporte, em vista dos eventos midiático-esportivos que se anunciam.

GRANDES EVENTOS ESPORTIVOS: REPRESENTAÇÕES COMPARTILHADAS NA SOCIEDADE (E NA EDUCAÇÃO FÍSICA)

Como professores de Educação Física e apreciadores do esporte, temos o difícil papel de exercitar certo “afastamento” deste que é, sem dúvida, já há algum tempo e cada vez mais, o elemento preferido enquanto conteúdo das aulas de Educação Física na escola. Afastarmo-nos dele é necessário para que possamos percebê-lo em suas múltiplas configurações, não apenas como o “esporte/jogo em si”, jogado por alguém em algum lugar e visto por mim (conforme nos diz ECO, 1984, referindo-se a isso como o “esporte em dobro”). Percebemos que muitas vezes a aula de Educação Física é simplesmente confundida com o próprio esporte – mas esse não é nosso papel aqui, de fazer tais questionamentos – e sim fazer uma reflexão em torno da relação entre mídia e esporte, tendo a Educação Física escolar como pano de fundo, e ampliamos nosso olhar para os mega eventos esportivos⁵ da “década do esporte” no Brasil.

⁴ Essa intervenção estava incluída na programação científica das *Olimpíadas do Curso de Educação Física* da universidade, onde tivemos a oportunidade de presenciar, como é comum, uma reprodução na sua forma de organização e realização nos moldes de uma “Olimpíada” no sentido formal: abertura, modalidades, disputas, competição exacerbada, quadro de medalhas, etc.

⁵ Conforme Rubio (2005), “um megaevento se caracteriza por seu caráter temporal, sua capacidade de atrair um grande número de participantes de

Torna-se quase desnecessário reforçar o quanto tais eventos atraem a atenção de telespectadores do mundo todo, e com isso, disseminam-se ideias, valores e significados do esporte, os quais repercutem de alguma forma nas aulas de Educação Física. Trata-se de um fenômeno social abrangente, que pode ser analisado à luz da teoria das representações sociais.

Partindo da seguinte questão, formulada a acadêmicos de diferentes fases/semestres do curso de licenciatura em Educação Física de uma universidade comunitária da região sul de Santa Catarina, podemos pensar um pouco, a seguir, sobre o que nos leva a fazer o que fazemos (e a pensar o que pensamos): “Qual a importância para vocês da realização de grandes eventos esportivos no Brasil, como os Jogos Pan-Americanos, Copa do Mundo e Jogos Olímpicos?”⁶

As opiniões expressas pelos acadêmicos, que serão comentadas na sequência, provavelmente foram elaboradas com base em elementos racionais, cognitivos, inclusive conceituais, por se tratar de uma audiência com qualificação no tema do esporte. Mas certamente, para além das razões lógicas e do conhecimento específico que detinham, os alunos também foram motivados por aspectos afetivos, culturais, éticos, estéticos, ligados ao *status* e condições de poder em relação ao tema do esporte e dos mega-eventos esportivos no país. A esse conjunto de forças, que são altamente relevantes na determinação de nossas ações e opiniões, chamam-se representações sociais.

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

Cont. da nota anterior

diversas nacionalidades e também por chamar a atenção dos meios de comunicação com um (*sic*) ressonância global.”

⁶ Nossas reflexões transitaram preferencialmente sobre as relações entre mídia, esporte e Educação Física, tendo como principal referência os Jogos Pan-americanos Rio/2007, já que dois de nossos estudos de mestrado concentraram-se neste evento: acompanhar o discurso midiático-esportivo sobre os Jogos por meio de um estudo de recepção com escolares (MEZZARROBA, 2008) e uma interlocução ou mediação escolar que resultou em produtos midiáticos (telejornal e jornal) sobre os Jogos pelos próprios alunos (MENDES, 2008).

mesmo diante de situações aparentemente da esfera racional, atitudes e comportamentos contraditórios podem ser observados. Isso serve para nos dar uma dimensão da força social exercida pelas representações sociais.

As representações sociais são, a um só tempo, individuais e sociais. Com isso, a teoria das representações sociais, oriunda da Psicologia Social e formulada por Serge Moscovici, busca romper com a dicotomia até então existente entre as abordagens exclusivamente psicológicas, portanto individuais, e as coletivas, cabendo neste campo tudo, até mesmo o desaparecimento do sujeito subjetivo. E, curiosamente, paga o preço por isso, sendo criticada por ambas as correntes.

Retomando, as representações sociais são individuais porque precisam ser *ancoradas* (conceito-chave)⁷ no sujeito, mas são também sociais porque são objetivadas e perpassam pela sociedade como um todo, gerando inclusive um certo nível de generalização. Segundo Moscovici⁸, as representações existem tanto na cultura quanto nas mentes das pessoas - em outra passagem também citada por Guareschi (2000), as representações sociais estariam “nas mentes e na mídia” (p.73); trataremos dessa pista a seguir.

Para compreender o conceito de representações sociais, outro elemento chave é a noção de *duradouro*. Suas formulações antecessoras, as representações coletivas de Durkheim, denotavam uma demasiada estabilidade nas relações, que não conseguiam apanhar o contexto de diversidades e tensões da sociedade moderna. Mas, para Moscovici, o contrário dessa condição estática das representações não é o mero discurso, que nega a continuidade, e pode ser proferido sem nenhuma ligação com a sua origem e os seus desdobramentos, isto é, sem ancoragem nem objetivação. Assim, as representações sociais são duradouras, mas dinâmicas, reconstruindo-se pela ação humana cotidiana, ainda que um *núcleo duro* das representações tenda a se manter prolongadamente (GUARESCHI, 2000).

No campo da investigação sobre as representações sociais, elas podem ser tomadas como um fenômeno pelo qual parcela

⁷ O conceito de *ancoragem* serve ao processo de tornar familiar algo não-familiar no seio das representações sociais; assim, ancorar pressupõe incorporar algo estranho numa rede de categorias já reconhecidas, o que acontece subjetivamente, portanto, individual. A *objetivação* é o conceito complementar, que expõe concretamente, por comportamentos, falas e opiniões, aquilo que já foi ancorado, isto é, tornou-se familiar (ver GUARESCHI, 2000, e GUARESCHI; JOVCHELOVITCH, 2002).

⁸ Conforme citado por Guareschi (org.) *et al.*, 2000.

significativa da sociedade expressa seus modos de compreender e controlar a realidade social, tornando-a explicável, ainda que não apenas por conceitos e teorias racionais. Além disso, é reconhecido o amplo relacionamento que há entre representações sociais e o campo da linguagem social. As representações são geradas e difundidas pelas práticas comunicativas cotidianas, constituindo assim um certo nível de compreensão mútua, que proporciona condições de reconhecimento, de fala, de argumentação e de debate social. Implica, pois, que as representações sociais não são pontos de vista ou opiniões unânimes, mas constituem um ambiente comum de diálogo, ainda que para expressão de tensões, de poder, de convencimento, etc.

É neste âmbito que a mídia, na contemporaneidade, adquire grande importância no estudo das representações sociais. Visto que os meios de comunicação de massa, especialmente o rádio e televisão de sinal aberto, chegam à quase totalidade dos lares e dos cidadãos, o discurso midiático passou a instituir-se como um poderoso interlocutor social, que não apenas reproduz mas sobretudo contribui na produção de representações sociais sobre os temas que eleger para abordar, notadamente pela não-neutralidade deste discurso (como, de resto, de qualquer discurso). Por ser representativa de uma parcela da sociedade que dispõe do capital como aparelho para estabelecer as relações de produção, a mídia termina por referendar (e ampliar) as representações sociais destas classes sociais hegemônicas.

Portanto, quando nos colocamos a questionar qual a importância de um conjunto de mega-eventos esportivos a serem realizados no país, é no âmbito das representações sociais, configuradas numa sociedade mediatizada ou midiada (THOMPSON, 1995), que precisamos localizar e compreender as reflexões expressas por uma comunidade comunicativa que, neste caso, se situa no campo da Educação Física, igualmente perpassada pelas representações sociais.

CONTEXTUALIZANDO ALGUMAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS ACERCA DOS GRANDES EVENTOS ESPORTIVOS

Relembrando, nossa intervenção deu-se a partir da seguinte questão formulada aos participantes: “Qual a importância da realização de grandes eventos esportivos, como os Jogos Pan-americanos, Copas do Mundo e Jogos Olímpicos em nosso país?”.

Nas respostas, geralmente, o que percebemos foram atribuições que corroboram as opiniões ligadas às representações sociais do esporte, as quais consideram que a importância de tais mega-eventos está na *unificação dos povos*, ou na *disseminação dos*

valores esportivos, sem contar na célebre frase que o *importante é competir*, ou numa visão mais mercadológica, que a *cobertura do evento garante visibilidade para o esporte*.

Considerando as “conquistas” brasileiras, no caso de garantir a realização da Copa do Mundo de Futebol em 2014, e mais recentemente, a dos Jogos Olímpicos Rio/2016, podemos dizer que hoje o discurso torna-se unísono, dogmático, alegando garantias de melhora em todos os âmbitos (econômico, turístico, social, de infraestrutura) para um país inteiro, simplesmente pela possível realização de tais mega eventos em território brasileiro.

Passamos a refletir um pouco mais sobre algumas das opiniões que mais apareceram em nossa conversa naquele dia, em relação às representações sociais acerca dos grandes eventos esportivos.

- Unificação dos Povos:

Ou será que *o importante é uni-los em “uma só lente”*?

Talvez um dos discursos mais fortes de todo movimento olímpico difundido no senso comum seja este que considera que os grandes eventos esportivos têm a tarefa – ou uma de suas tarefas – a *unificação dos povos*, discurso este famoso desde os ideais do Barão Pierre de Coubertin⁹, quando do ressurgimento dos Jogos Olímpicos da Era Moderna, em 1896, na Grécia.

Utilizando-se muito bem desta retórica, os Jogos Olímpicos, assim como quaisquer outros grandes eventos esportivos são bem-vindos à indústria midiática, pois permitem aglutinar um grande número de espectadores/leitores/telespectadores/internautas, no intuito não só de acompanhar o evento esportivo em si, com todas suas representações, seus significados e valores, mas de tornar todo esse grande público em consumidores. Afinal, os grandes conglomerados midiáticos não desejam reunir espacialmente seus telespectadores, para que esses, dispostos num único local, possam celebrar suas diferenças culturais. Interessa, de fato, criar a sensação de que todos estamos unidos em um determinado momento (tempo), aquele em que ligamos nossos aparelhos receptores de notícia/informação. Mais do que unidos, nos mantemos difusos ao longo do globo terrestre, mas ligados todos aos computadores, celulares, televisores, rádios etc. Exemplo disso, em épocas principalmente de Copa do Mundo de futebol, onde as pessoas costumam se reunir em bares para acompanhar os jogos e a “festa do esporte mundial”, vemos um aparelho televisivo

⁹ Há uma entrevista muito interessante do Barão de Coubertin publicada na Revista Veja. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/historia/olimpiada-1896/entrevista-barao-pierre-de-coubertin.shtml>

conectado ao acontecimento esportivo e os grupos assistindo e mantendo suas fronteiras de distinção embora compartilhando o mesmo espaço.

Grandes eventos esportivos, como os já referidos anteriormente, são tratados à maneira da *espetacularização*, melhor dizendo, do *esporte-telespetáculo*, que passa a ser mercadorizado e conceituado como “um fenômeno inserido em uma sociedade de consumo e comunicação de massa, organizada de tal maneira a difundir sons, imagens e informações, configurando-se meio de reproduzir a sociedade de consumo.” (RODRIGUES E MONTAGNER, 2003, p.3), mediação eletrônica centrada principalmente na figura onipresente da televisão, que oferece ao público as manifestações esportivas e o seu consumo (PIRES, 2001).

- Disseminação dos valores do esporte (*fair play*):

Ou o discurso que oculta todos os outros valores, como violência, racismo e sofrimento?

Outro discurso que costuma ser recorrente quanto pensamos nas representações sociais acerca do esporte quando relacionado aos grandes eventos esportivos são os tão propalados valores do esporte, comumente citado como *fair play* (mais conhecido como “jogo limpo”).

Pensando para além do senso comum, quando acompanhamos grandes eventos esportivos, vemos muito mais que este valor esportivo. Vemos a violência aparecer, já que a vitória deve ser a qualquer custo, pois é ela o que importa quando estamos falando de esporte de rendimento, e é a vitória que garante a manutenção dos investimentos e patrocínios, bem como a promoção do simples atleta à condição de ídolo esportivo, seja em âmbito nacional ou até mesmo mundial.

Quando a vitória não vem, ou não se tem as condições para tal, dissemina-se outro valor, o do sofrimento. Caras tensas, cansadas, exauridas. Musculaturas contraídas, e a dor no corpo talvez seja apenas uma manifestação da dor da perda, do fracasso, do não alcançável – mesmo que momentaneamente. Exemplo que costuma vir à nossa mente quando falamos deste tipo de “espírito esportivo” é da atleta suíça Gabriele Andersen Scheiss, na maratona feminina nas Olimpíadas de Los Angeles, em 1984. Contundida e exausta, entrou no estádio cambaleando para completar o percurso de 42 km e demorou quase 6 minutos para fazer os últimos 100 metros. Passava a imagem que iria desmaiar a qualquer instante, mas apesar de sua “persistência” e “determinação” (e omissão total dos médicos responsáveis naquele momento), a atleta cruzou a linha

de chegada, ficando em 37º lugar. Há informações que toda essa persistência, para além do que seu corpo poderia suportar, deixou-a com seqüelas até hoje...

Por último, ainda sobre os valores do esporte, não podemos deixar de mencionar a campanha da FIFA – Federação Internacional de Futebol, em relação ao racismo que ocorre, principalmente, no futebol europeu com os jogadores negros, oriundos principalmente do continente africano ou mesmo os jogadores sul-americanos. Como admitir que as questões ligadas à cor/raça/etnia estejam tão presentes e fortes em pleno século XXI?

Com tais exemplos, podemos ver que os valores do esporte apenas perpassam certos valores que estão colocados em nossa sociedade atual, e que por si só, precisam ser trabalhados para que não se pense que o esporte educa, que o esporte, “naturalmente”, gera espírito de equipe, cooperação, companheirismo, determinação, concentração, aceitação, tolerância, auto-estima, força de vontade. E talvez esteja aí uma das questões cruciais que cabe à Educação Física escolar ao pensar nos valores do esporte que repercutem quando na realização dos grandes eventos esportivos.

- “O importante é competir”:

Desde que vença...

A célebre frase do Barão Pierre de Coubertin continua sempre atual quando nos reportamos às representações sociais acerca dos grandes eventos esportivos. Tal discurso procura mostrar que mais que vencer, o importante é estar lá, no evento aonde estão os melhores atletas, os mais rápidos, os mais fortes – como como diz o lema olímpico: “*Citius, Altius, Fortis*”.

No esporte de alto rendimento, presente nos grandes eventos esportivos, o que está em jogo, muito mais que a vitória, é o dinheiro, o capital investido nas equipes e nos atletas. Assim, mais que estar presente, participando, a vitória torna-se obsessão entre os atletas e suas equipes, pelas suas próprias cobranças, mas também pela pressão exercida pela sociedade (a qual eles representam) e principalmente, mas de forma oculta, pelos patrocinadores esportivos. Há uma indústria de produtos e publicidade que atua fortemente no âmbito esportivo, talvez uma das indústrias mais poderosas do mundo, dada a visibilidade do esporte e a sua polissemia – que ajuda a vender qualquer coisa com o adjetivo de “esportivo”.

Não podemos esquecer que o esporte, como o entendemos hoje, na forma como o conhecemos, surgiu a partir da Revolução Industrial (século XVIII), e portanto, é inseparável da sociedade industrial, de suas estruturas e funcionamento, e se estruturou e

organizou-se de acordo com a evolução do capitalismo mundial, assumindo forma e conteúdo que refletem a ideologia burguesa. (PRONI, 2002).

Sobre tudo isso aqui colocado até então, convém pensarmos em possibilidades para a Educação Física escolar, e os PCNs – Parâmetros Curriculares Nacionais de Educação Física para o ensino médio (1994), ao tratar de ações pedagógicas em face das influências externas à escola, oferecem-nos algumas pistas fundamentais para que se garanta o direito à informação e ao conhecimento acerca das práticas corporais (e aí estamos pensando no esporte como uma das manifestações destas práticas). Tal documento considera fundamental, por exemplo, que se desmistifique o discurso da ascensão sócio-econômica fácil (principalmente quando a mídia trata de ídolos esportivos, geralmente vinculados à modalidade esportiva futebol, no caso brasileiro), que acaba afastando muitos jovens da escola e da cultura juvenil em direção ao fascínio que o mundo do espetáculo da competição exerce por meio da mídia. (BRASIL, 2004, p.235-236)

Além disso, conforme observa Vago (1996), na escola, com nosso trabalho pedagógico, devemos ter o cuidado de, ao trabalhar o esporte como conteúdo, este não ter como fim apenas a vitória, a performance – o chamado “esporte ‘na’ escola”, com os códigos e fins do esporte (de rendimento) disseminado pela mídia. É preciso que a Educação Física escolar tenha como foco a transformação didático-pedagógica do esporte, na perspectiva do “esporte ‘da’ escola”, permitindo e possibilitando aos sujeitos uma outra dimensão do esporte que amplie a visão/reflexão/ação deles em relação às representações sociais, ampliando o repertório cultural e esportivo dos alunos.

- Cobertura do evento dá visibilidade para o esporte;
Será que isso ocorre com todas modalidades esportivas?

Uma outra forma, bastante corrente no senso comum, ao se tratar da relação entre esporte e mídia (pensando nos grandes eventos esportivos) é que a mídia simplesmente faz a cobertura do evento, de forma neutra, interessando-se, apenas, em alavancar sua audiência e assim vender seu produto, já que aqueles jogos ou competições, mais que meras competições esportivas, passam a ser “programas televisivos”, endereçados a um determinado público de interessados em certos produtos/serviços/informações.

O que ocorre é que o esporte não é o único elemento que “sai ganhando” nesta relação. Não apenas ele ganha visibilidade, sendo divulgado pela mídia – divulgação essa que mistura forma e conteúdo, interesses e ideologias, valores e significados – mas a

mídia também ganha com tal imbricação. Podemos dizer que há uma “via de mão dupla”, ou seja, ambos ganham nesta relação. A mídia aproveita-se dos eventos esportivos para gerar expectativas na população, criar um ideal nacionalista (reportemo-nos aos “rituais” e “acontecimentos” em épocas de Copa do Mundo no Brasil, por exemplo), repercute valores que procuram unificar a população em torno de seus ídolos, e com isso, transmitir o evento e vender os produtos por ela colocados à disposição da população. Afinal, atletas, apesar de não serem sinônimos de saúde, são o símbolo dela: o ideal de beleza de nossa sociedade contemporânea associa-se, e muito, às figuras atléticas! Não por acaso, geralmente suas imagens estão vinculadas a alimentos, roupas, calçados, cosméticos, planos de saúde etc.

Para terminar nossas reflexões sobre esta questão da visibilidade dada ao esporte com a realização dos grandes eventos esportivos e sua veiculação pela mídia, torna-se necessário, também, pensar que não são todas as modalidades que desfrutam desta oportunidade de veiculação midiática. Pensando na cultura brasileira, em geral, vemos que a ênfase é dada, não por acaso, ao futebol, modalidade que é tratada como constituinte de “nossa cultura”, característica que se liga muito, também, ao carnaval.

Programas esportivos, geralmente, abordam apenas o futebol, e propositalmente, desconsideram as várias outras modalidades. O voleibol e o basquete às vezes ganham espaço. O tênis, a natação e o atletismo, algumas vezes nos são apresentados. Esportes como a Fórmula 1 também tem seu espaço, muito mais pela questão dos patrocinadores e pelo poder da indústria automobilística do que pela sua “prática” pela população. Atualmente também se vê, pensando em visibilidade esportiva, o destaque dado pela mídia em relação aos ditos “esportes radicais”, como skate, bungee-jump, o rapel, entre outros, mas bastante imbricado aos aspectos mercadológicos e publicitários desta divulgação pela mídia.

Enfim, como professores e constituintes do campo da Educação Física escolar, devemos ter este olhar atento – e mediar com nossos alunos essas considerações – de que atualmente, há uma relação muito próxima entre aqueles que promovem os grandes eventos esportivos e aqueles que divulgam. Trata-se, segundo Bucci (1998), citado por Pires (2002), de uma das funções quase-ideológicas da mídia, ou “promotoras-da-notícia”, ou seja, a mídia como promotora e divulgadora daquilo que ela mesma produz ou, dito de uma forma mais completa:

Está na cobertura esportiva a chave para desmontar uma das charadas do jornalismo em televisão. A charada é a seguinte: o telejornalismo promove – financia, organiza e monta – os

eventos que finge cobrir com objetividade. É no esporte que esse fenômeno é mais transparente. [...] As técnicas jornalísticas, dentro das coberturas do esporte pela TV, são cada vez mais uma representação. Aquele espetáculo que aparece na tela não é uma notícia conseguida pela reportagem, mas uma encomenda paga. (BUCCI¹⁰, 1998 citado por PIRES, 2002, p. 44)

Assim, procuramos não só demonstrar algumas das representações sociais acerca do esporte quando vinculadas a grandes eventos esportivos, mas tecer alguns comentários que ampliam simples discursos presentes no senso comum e que repercutem, muitas vezes, na Educação Física escolar, mostrando que isso se coloca como uma das responsabilidades para quem atua com este componente curricular na escola.

IMPLICAÇÕES, POSSIBILIDADES E RESPONSABILIDADES PARA A EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR

A partir de agora passaremos a refletir e a descrever algumas implicações, possibilidades e responsabilidades desta relação entre mídia e grandes eventos esportivos para a Educação Física escolar, sem a intenção, obviamente, de quisermos dar as “receitas de bolo” que costumadamente costumam falhar, pois os cenários, os atores e as possibilidades estão em permanente reconfiguração, o que exige ajustes aos contextos sócio-culturais nos quais estamos inseridos.

O simples olhar mais atento e a reinterpretação desta imbricada relação, pensando nas possibilidades didático-pedagógicas da temática já serão o início daquilo que se deseja à Educação Física desses nossos tempos, ou seja, atrelar às questões práticas uma participação também conceitual e dialógica na construção do conhecimento com os alunos que estão sob nossa responsabilidade pedagógica.

Assim, elencamos algumas questões pertinentes às possibilidades e responsabilidades, procurando refletir um pouco sobre cada uma delas e cientes que esta nossa tentativa não se esgota por aqui, pois é necessário que a temática esteja em constante debate e aproxime, cada vez mais, universidade e escola. *A dimensão estética, o encantamento acrítico, a falação esportiva, a reprodução dos jogos por escolares/acadêmicos, o reforço das mensagens descontextualizadas, a perspectiva da pesquisa e a dimensão da mídia-educação* são, portanto, nosso próximo debate

¹⁰ BUCCI, Eugênio. Cinco funções quase-ideológicas na televisão. *Imagens*, n.8, p. 20-25, maio/ago., 1998.

com o intuito de pensar todos estes aspectos no interior da prática pedagógica da Educação Física.

- Dimensão estética:

Os Parâmetros Curriculares Nacionais, nas suas orientações gerais do 1º e 2º ciclos (BRASIL, 1997) consideram que a crítica está bastante vinculada à apreciação; entretanto, trata-se de uma avaliação mais voltada à questão da mídia. Além disso, descrevem que assistir a jogos de futebol e olimpíadas, por exemplo, é uma prática muito corrente fora da escola, sendo que nas aulas de Educação Física isso não acontece.

Os professores de Educação precisam fazer uso dessa cultura midiática imbricada à cultura esportiva, culturas que se misturam, se confundem, e assim, sem ficar apenas no discurso sobre o que aparece na televisão ou o que é visto pelos jovens em revistas, jornais ou na internet, devem promover o resgate da dimensão estética do esporte, utilizando-se desta “propaganda” que se faz com os grandes eventos esportivos.

Numa visão mais otimista e ingênua, por exemplo, podemos pensar nas possibilidades que aparecem quando da realização de Jogos Olímpicos, em que o futebol deixa de ser tão hegemônico e de ser o foco das transmissões, talvez seja a oportunidade de pensarmos na gama de modalidades que existem para além de um campo e de uma bola de futebol.

Em épocas de Copa do Mundo de Futebol, podemos pensar na questão da publicidade, por exemplo, da criatividade, do que ela tem a ver com os valores nacionais, com nossas práticas, com nosso pertencimento, nossa identidade. Além disso, pensar no quanto o futebol¹¹ é parte constituinte de nossa cultura, e procurar compreender, jogando, conversando, refletindo e trabalhando sobre a modalidade, o motivo pelo qual desperta tanto nosso interesse.

Nesse sentido, mais que pensar no “discurso” sobre o esporte ou meramente na sua “prática” nas aulas de Educação Física, essa possibilidade da dimensão estética permite pensar em gestos motores estéticos para além de um chute a gol: permite pensar em saltos, em giros, em acrobacias, em táticas e estratégias. A possibilidade de uso/discussão em sala de aula de filmes ou documentários (cinema) que tematizam o esporte e suas tramas pode ser um ótimo recurso para aproximar uma dimensão mais ampla (crítica e esclarecedora) aos conteúdos esportivos nas aulas de Educação Física. Isso implica, também, no acesso a este tipo de

¹¹ Sobre a questão da dimensão estética do esporte, mais especificamente do futebol, ver Damo (2001).

informação e no próprio repertório de conhecimento/cultural do professor de Educação Física, ou seja, só é possível se trabalhar com determinados elementos (históricos, sociais, culturais e estéticos) se há recursos instrumentais/culturais na própria formação inicial/continuada desses professores.

- Encantamento acrítico:

Não se trata, simplesmente, de negar a existência de tais eventos ou de tais relações. Como já foi defendido anteriormente, o que está em jogo é fazer uso deste encantamento que o esporte desperta em nós e transformá-lo em nossos (novos) saberes/fazer, ou seja, tornar todas essas representações, ideias, símbolos e significados com um olhar mais crítico em relação ao que ocorre no mundo esportivo, e o que isso tudo tem a ver a vida dos cidadãos.

Pensar, por exemplo, na relação dos espaços/estruturas esportivas com os espaços públicos de lazer. Pensar nas políticas públicas de esporte, seja no âmbito escolar, de participação ou de rendimento. Enfim, as opções são muitas, e como nos referimos, o que está em jogo não é o (des)encantamento, mas sim a acriticidade. Aproveitar tal encantamento que o esporte promove para despertar aspectos críticos nos jovens/alunos/as.

Permitir que os alunos que estão sob nossa responsabilidade pedagógica percebam e compreendam que há um *processo de espetacularização*, em várias esferas, mas no nosso caso, do *esporte*. Tal processo é promovido pela cultura da mídia que, na busca de audiências e de aumentar o poder e o lucro da indústria cultural, promove espetáculos cada vez mais sofisticados. Tal processo se intensificou nas últimas décadas, visto que “as indústrias culturais possibilitaram a multiplicação dos espetáculos nos novos espaços midiáticos e em *sites*, e o espetáculo em si tornou-se um dos princípios organizacionais da economia, da política, da sociedade e da vida cotidiana.” (KELLNER, 2006, p.119)

Kellner (2006)¹², ao afirmar que a vida político-social também é moldada pelo espetáculo e que a cultura da mídia acaba

¹² Segundo o autor, “Os esportes há muito têm sido propícios ao espetáculo, com eventos como as Olimpíadas, World Series, Super Bowl, a Copa do Mundo e os campeonatos de basquete da NBA atraindo audiências maciças e gerando anúncios a preços astronômicos. Esses rituais culturais celebram os valores mais profundos da sociedade (por exemplo, a competição, o sucesso, o dinheiro), e as empresas estão dispostas a investir vultosas verbas para que seus produtos se associem a tais eventos. Realmente, parece que a lógica da mercadoria do espetáculo está tão inexoravelmente entranhada nos esportes profissionais que não podem mais existir sem o acompanhamento das torcidas animadas, mascotes gigantes que brincam

construindo identidades ao modelar pensamentos e comportamentos, exemplifica estes acontecimentos da seguinte maneira: “rituais como as Olimpíadas, a Copa do Mundo e eventos esportivos de entretenimento (...) celebram os valores dominantes e validam uma sociedade baseada na competição e na vitória.” (p. 119).

Está aí mais uma “chave” para acessar possibilidades nas aulas de Educação Física.

- Falação Esportiva:

Para falar sobre essa possibilidade do trato do conteúdo esportivo nas aulas de Educação Física, basta pensarmos em qualquer programa esportivo que estamos acostumados a ver na tevê ou mesmo as reportagens que lemos na mídia impressa ou acessamos na internet: é o discurso midiático-esportivo comentando jogos (mostrando como ocorreram), atletas (quem “decidiu” o jogo, quem é mais habilidoso – ou não!, os altos salários, os dramas individuais), lances (bem feitos ou mesmo “trapalhadas”), fatos (patrocinadores, vitórias e derrotas) etc.

Podemos dizer que esta forma repetitiva, acumulativa, consonante e intensa como o jornalismo (ou a mídia em geral) institui o esporte nada mais é do que a própria “falação” sugerida por Umberto Eco (1984) e que Betti (1998, p. 68-69) apresenta de forma bastante completa e com vários exemplos:

A falação *informa e atualiza*: quem ganhou, quem perdeu, quem é líder ou campeão, quem foi contratado ou vendido (e por quanto), quem se contundiu, quais são os salários e os prêmios dos atletas. A falação *conta a história* das partidas, das lutas, das corridas, dos campeonatos: uma história que é sempre construída e reconstruída mediante palavras e imagens, pontuada pelos melhores momentos – os gols, as ultrapassagens, os acidentes e nocautes, as partidas mais difíceis etc. – e informada por dados numéricos – classificação dos times, dos pilotos, número de gols etc.

A falação *cria expectativas*: qual time será campeão? Quem será o artilheiro? Qual jogador será titular? Quem vencerá? A falação *faz previsões*: quanto vai ser o jogo, quem deverá vencer – com base na tradição, no retrospecto ou nas superstições e coincidências. Depois, *explica e justifica*: por que tal equipe ou atleta ganhou ou perdeu, foi primeiro ou

Cont. da nota anterior

com os jogadores e espectadores, sorteios, promoções e competições envolvendo os produtos de diversos patrocinadores. (KELLNER, 2006, p.128)

segundo, como e por que uma equipe ou atleta chega ao campeonato – invoca razões técnicas, táticas e psicológicas, ou então a sorte, o azar ou o imprevisto (a “zebra”). Mas, principalmente, enfatiza que ‘esforço, dedicação e disciplina’ fazem os campeões, os grandes vencedores.

A falação *promete*: emoções, vitórias, gols, medalhas. O centroavante recém-contratado promete o título do campeonato, o presidente do Comitê Olímpico promete medalhas. A falação *cria polêmica* e *constrói rivalidades*: Foi impedimento ou não? Quem é o melhor? O atacante irá superar o seu marcador? O time irá vingar-se da derrota anterior? Quais jogadores o torcedor escalaria para a seleção brasileira?

A falação *critica*: ‘fala mal’ dos árbitros, dos dirigentes, da violência, da escassez de gols, das rendas baixas, da falta de patrocinadores. A falação *comenta* o desempenho das equipes, dos jogadores, dos árbitros. A falação *elege ídolos*: o ‘gênio’, o ‘craque fora de série’, expõe suas vidas, mas também apresenta seus sucessores – a nova geração, o futuro do esporte.

Temos, então, vários exemplos de como poderíamos abordar a temática explorando os mais variados pontos da *falação esportiva*, conforme nos sugere Betti (1998). Acompanhar programas televisivos, ler crônicas esportivas (por sinal, temos ótimos cronistas esportivos no Brasil), acompanhar blogs que sondam, repercutem, criticam, divulgam notícias sobre esportes em geral – e principalmente eventos esportivos – e pensar em trabalhos pedagógicos (individuais, em pequenos e grandes grupos) sobre a temática pode ser uma alternativa de tornar as aulas de Educação Física mais prazerosa, mas também mais consistente em relação ao conhecimento e em relação ao esclarecimento dos alunos e alunas, permitindo que a *cultura esportiva* desses jovens se alargue, e não caia apenas em aspectos puramente “práticos” (de ir para a aula de Educação Física e “jogar bola”), além de possibilitar uma possibilidade de fugir da monocultura futebolística pensando na realidade da Educação Física escolar brasileira.

- Reprodução dos jogos por escolares/acadêmicos:

Uma outra implicação (e possibilidade) desta relação entre mídia e grandes eventos esportivos é a simples reprodução dos jogos (simulando Copa do Mundo ou mesmo possíveis Olimpíadas) seja por escolares ou por acadêmicos. Temos aí uma grande responsabilidade também à Educação Física!

Deve-se ter um cuidado muito grande, enquanto professor de Educação Física, para que não se “copie” simplesmente os formatos

destes grandes eventos em nossas atuações profissionais/pedagógicas. A questão da formação das equipes pode e deve ser discutida, pois o que se vê, geralmente, nas competições escolares no interior da escola, é aqueles com idade mais avantajada se sobressaindo facilmente (e às vezes covardemente) sobre os de menor idade (por exemplo, em jogos escolares, alunos de 8ª ou 9ª série contra alunos de 5ª série).

Apenas repetir ou copiar formatos já prontos pode ser uma forma de os alunos não vislumbrarem novas possibilidades de inovação na cultura esportiva, seguindo o caminho da mera reprodução. E o que se espera da escola, da Educação Física, é que todos tenham as mesmas oportunidades, conforme aponta Darido (2000, p.104):

A educação física deve ser dirigida a todos os alunos, ensinando esporte, ginástica, dança, jogos, atividades rítmicas, expressivas e conhecimentos sobre o próprio corpo, não só nos seus fundamentos e técnicas (conteúdos procedimentais), mas também os seus valores subjacentes, ou seja, quais atitudes os alunos devem ter na e para as atividades corporais (conteúdos atitudinais). E, finalmente, é preciso garantir o direito do aluno de saber porquê ele está realizando este ou aquele movimento, ou seja, quais os conceitos que estão ligados àqueles procedimentos (conteúdos conceituais). Além disso, para aumentar ainda mais a complexidade da prática docente, o professor deve trabalhar nas suas aulas de educação física os grandes problemas sociais do Brasil, tais como: justiça, respeito mútuo, ética, meio ambiente, saúde pública, orientação sexual, gênero, lazer, pluralidade cultural, mídia, trabalho e consumo, relacionando com as aulas de educação física.

Por fim, devemos pensar, também, que, enquanto acadêmicos, em formação inicial (quando da realização dos Estágios supervisionados), é a oportunidade que temos de expor nossa criatividade, ou mesmo quando já estamos atuando na escola, como professores das turmas, mostrando que a Educação Física, ao trazer o tema dos grandes eventos esportivos e mídia, pode ser um conhecimento a mais aos alunos, principalmente no que se refere à possibilidade de permitirmos outras práticas de se experenciar o esporte. Por mais que as disputas competitivas sejam convidativas, afinal estamos imersos nessa cultura, do capitalismo exacerbado, em que o ponto crucial da vida é vencer a tudo e a todos, é neste momento que devemos pensar como futuros professores que terão a oportunidade de fazer do esporte algo mais humano, mais solidário e participativo.

- Reforço das mensagens descontextualizadas:

Pensando na mediação escolar que o professor de Educação Física pode (e deve) realizar diante de seus alunos (e até de seus colegas professores), é necessário pensar que coloca-se nele, no professor, uma responsabilidade muito grande, pois dele espera-se que não se reforcem mensagens descontextualizadas, já que isso é uma característica muito utilizada pela mídia em geral.

Ao ter tal conhecimento, e permitindo-se mediar tais informações/notícias veiculadas pela mídia, o professor de Educação Física pode ser um peça-chave na questão de permitir/possibilitar a seus alunos informações capazes de torná-los mais atentos, observadores, críticos e esclarecidos sobre eventuais distorções relacionadas à cultura esportiva.

Para que esta perspectiva da mediação realizada pelo professor sobre o tema dos grandes eventos esportivos e mídia aconteça e se confronte às mensagens descontextualizadas, é imprescindível que haja, por parte do professor, interesse em acompanhar como os discursos são formados e como eles repercutem na vida cotidiana da escola e da Educação Física escolar, bem como na rotina de seus alunos. Um dos recursos para isso é acompanhar e observar o *agendamento esportivo*¹³. Este não se configura apenas em acompanhar na forma de “calendário” os eventos que irão acontecer, oferecendo informações prévias a respeito, por exemplo, da programação esportiva (seja em âmbito local, regional, nacional ou mesmo mundial – informando período de realização de jogos, equipes ou países envolvidos, modalidades em disputa, principais atletas, locais de competição etc.); mas preocupa-se também em oferecer informações sobre todo o contexto que faz parte destas informações no discurso midiático, com relação à economia, à política, à cultura, ao esporte e aos interesses da sociedade brasileira em geral – campos¹⁴ que se cruzam.

¹³ Pode-se dizer que o *agendamento* é um processo relacional entre a agenda jornalística (midiática) e a agenda pública (social), em que há uma tentativa de alguns grupos (financeiros, econômicos, políticos e da própria mídia) em pautar temas e assuntos de seu interesse na esfera social e colocar, desta maneira, sua(s) opinião(ões) com o objetivo de torná-la(s) hegemônica(s). O agendamento, portanto, é sempre exercido pela mídia, veículo que opera tais interesses, mas tem uma relação de interação com a opinião pública, assim como com grupos privados ou da esfera pública. (MEZZARROBA, 2008). Ver mais sobre o agendamento esportivo em Fausto Neto (2002).

¹⁴ Segundo Bourdieu (1997, p.57), *campo* “é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes,

Mais que veicular valores e ditar comportamentos em relação às formas de consumir e viver o esporte (o que é feito pela mídia!), a mídia, através dos processos de agendamento também estabelece maneiras de ver e interpretar essa realidade; ela intervém nos mecanismos de percepção e elaboração de sentidos sobre a realidade das práticas esportivas que ela mesma veicula.

- Pesquisa:

Dentre as várias possibilidades de abordagem do fenômeno cultural Educação Física/Mídia, visando estudos acadêmicos e aplicações pedagógicas, dentre eles os que tem a atenção voltada aos grandes eventos esportivos, destacam-se as pesquisas observacionais e de recepção, os estudos de intervenção/interlocução escolar e as análises de produtos da mídia.

No campo acadêmico, a relação entre esporte e mídia pode ser estudada sob vários e diferentes enfoques, inclusive na Educação Física (no nosso caso). Dentre as várias maneiras de se pesquisar/estudar sobre o assunto, há, basicamente, três formas:

1. fazer a chamada “análise de produtos midiáticos”: quando se procura acompanhar determinado veículo midiático e detectar/compreender seu conteúdo e seu discurso, com suas possíveis intenções – por exemplo, acompanhar, seja pela internet, ou pela mídia impressa ou mesmo por algum programa televisivo, os discursos, os sentidos e as representações de um grande evento esportivo.
2. fazer um “estudo de recepção”: centrado na figura do receptor como sujeito, considera o contexto sócio-cultural de determinada população realizando-se o acompanhamento de como recebem/ressignificam as informações veiculadas por determinado veículo midiático – por exemplo, acompanhar um grupo de escolares para saber como “recebem”, compreendem e ressignificam informações sobre um grande evento esportivo; e
3. focar a questão da “produção”: quando a ênfase é atribuída à produção de algum material (jornal, vídeo, blog, reportagem etc.) sobre o evento ao qual se está acompanhando, como forma de possibilitar a apropriação

Cont. da nota anterior

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.” De forma sintética, pode-se dizer que *campo* é um microcosmo com suas leis próprias e que tem relação com outros microcosmos. Pode-se citar como exemplos de campos o econômico, o jurídico, político, literário, artístico, científico, esportivo e jornalístico/midiático.

crítica e criativa tanto da ferramenta-mídia quanto da construção de seu discurso – por exemplo, a tentativa de criar um blog ou mesmo fazer uma reportagem com algum especialista da área esportiva/Educação Física sobre algo que está acontecendo voltando o olhar e as atenções a fatos no interior de um grande evento esportivo, como a questão do doping ou do treinamento esportivo.

- **Mídia-Educação:**

Trata-se de um *campo epistemológico que se situa na interface entre comunicação e educação* e que a Educação Física, por seu papel pedagógico, e pela questão do esporte na modernidade, pode se inserir na temática apontando novas e possíveis possibilidades pedagógicas.

Chamado de *educação para as mídias* (BELLONI, 2001) ou, mais atualmente de *mídia-educação* (FANTIN, 2006), esta possibilidade pedagógica tem como ponto central, além da compreensão crítica e participação ativa, a idéia de “processo”, ou seja, que permita às crianças/jovens que desenvolvam suas habilidades críticas e criativas, de forma a receber as informações, buscá-las e também com relação à sua utilização.

Resumidamente, poderíamos caracterizar a *mídia-educação* como: compreensão crítica e participação ativa; desenvolvimento das habilidades críticas e criativas das crianças e jovens; formação de receptores críticos e apropriação das técnicas de produção de mídia; processo (receber, buscar e utilizar); tem uma perspectiva crítica (sobre/para), perspectiva instrumental (operar com os códigos) e uma perspectiva de produção (expressar-se).

Trata-se de uma dimensão que se desenvolveria em paralelo às demais possibilidades, permitindo experiências no campo educacional-comunicacional cuja ênfase seriam as questões do discurso midiático-esportivo e implicações na Educação Física escolar, numa perspectiva integrada de discurso, ação, reflexão e diálogo (entre professores, alunos, conteúdos e realidade), alargando as possibilidades pedagógicas no trato com o conteúdo esportivo.

TERMINANDO A CONVERSA, SEM ESGOTAR A REFLEXÃO SOBRE O ASSUNTO...

Como podemos ver até aqui, há muito ainda o que se fazer, e por isso mesmo, as possibilidades de trato pedagógico dessa complexa temática – mídia, grandes eventos esportivos e Educação Física escolar – nos oferece uma diversidade de opções para pensarmos em aprofundar tais questões no campo da Educação Física.

Seja desmistificando discursos, seja pensando em questões mais amplas, como a que fizemos aqui inicialmente (Por que analisar os fenômenos midiático-esportivos?), ou mesmo refletindo sobre as implicações disso tudo em nossas atuações pedagógicas, e aí pensando em possibilidades e responsabilidades de intervenção, acreditamos que um novo passo estará sendo dado, em direção a uma Educação Física escolar que pensa nos jovens, principalmente, com um olhar que permita-os serem mais esclarecidos e autônomos em relação à cultura esportiva, que geralmente se apresenta apenas com seus aspectos mercadológicos.

Pensar os grandes eventos esportivos presentes na mídia trata-se, ao nosso ver, de um momento singular à nossa área, similar ao que aconteceu no ano de 2007, quando foram realizados aqui no Brasil os Jogos Pan-americanos Rio/2007 – e como vai acontecer futuramente, já que o Brasil tornou-se o país dos grandes eventos esportivos (relembrando: aqui teremos a Copa do Mundo em 2014 e Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro em 2016).

Eventos esportivos de grande porte como os já citados (Jogos Olímpicos e Jogos Pan-americanos, além da Copa do Mundo de Futebol) nos oportunizam, como professores de Educação Física (em qualquer nível de ensino, seja na educação infantil, no ensino fundamental/médio ou na universidade) uma forma de redimensionarmos nossos saberes e fazeres, utilizando todo o enfoque atribuído pela mídia ao evento esportivo como um atrativo às nossas aulas/intervenções.

REFERÊNCIAS

BELLONI, Maria Luiza. **O que é mídia-educação?** Campinas: Editora Autores Associados, 2001.

BETTI, Mauro. **Janela de vidro: esporte, televisão e educação física.** Campinas: Papyrus, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRASIL, Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais: Educação física.** Brasília: MEC/SEF, 1997.

BRASIL, Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais: Educação física – ensino médio.** Brasília: MEC/SEF, 2004.

DAMO, Arlei Sander. Futebol e estética. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 15, n. 3, p. 82-91, jul./set. 2001.

DARIDO, Suraya Cristina. As Olimpíadas de Sydney, o desempenho do Brasil e algumas implicações pedagógicas. **Motriz**, São Paulo, jul-dez/2000, vol.6, n.2, pp.101-105.

ECO, Umberto. A falação esportiva. In: _____. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 220-226.

FANTIN, Monica. **Mídia-educação: conceitos, experiências, diálogos Brasil-Itália**. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.

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.

GUARESCHI, P.A.;JOVCHELOVITCH, S. (orgs.). **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1995.

GUARESCHI, P.A. (org.) **Os construtores da Informação: meios de comunicação ideologia e ética**. Petrópolis: Vozes, 2000.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Dênis de (org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 119-147.

MENDES, Diego de S. Luz, câmera e pesquisa-ação: a inserção da mídia-educação na formação contínua de professores de Educação Física. **Dissertação** (Mestrado em Educação Física) – Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

MEZZAROBA, Cristiano. Os Jogos Pan-americanos Rio/2007 e o agendamento midiático-esportivo: um estudo de recepção com escolares. 2008. **Dissertação** (Mestrado em Educação Física) – Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2003.

PIRES, Giovani De Lorenzi. **Análise do esporte mediatizado a partir do conceito de indústria cultural**. 2001. Mimeo. 4p.

_____. **Educação física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória**. Ijuí: Unijuí, 2002.

PRONI, Marcelo W. Brohm e a organização capitalista do esporte. In: PRONI, Marcelo; LUCENA, Ricardo (orgs.). **Esporte: história e sociedade**. Campinas/SP: Autores Associados, 2002.

RODRIGUES, Eduardo Fantato; MONTAGNER, Paulo César. Esporte-espetáculo e sociedade: estudos preliminares sobre sua influência no âmbito escolar. **Revista Conexões**. Campinas: v.1, n.1. 2003. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/feff/publicacoes/conexoes/v1n1/5esporte.pdf>> . Acesso em: 09 set. 2006.

RUBIO, Kátia. Os Jogos Olímpicos e a transformação das cidades: os custos sociais de um megaevento. **Scripta nova – Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**. Universidad de Barcelona, vol. IX, n. 194(85), 1 de agosto de 2005.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

VAGO, Tarcisio Mauro. O esporte “na” escola e o esporte “da” escola – Da negação radical para uma relação de tensão permanente – Um diálogo com Valter Bracht. **Movimento**, Porto Alegre, ano III, n.5, 1996/2, p.4-17.