

---

## AS OLIMPÍADAS DE LONDRES/2012 NA MÍDIA SERGIPANA: UM ESTUDO DE RECEPÇÃO AOS DISCURSOS MUDIÁTICO-ESPORTIVOS COM PROFESSORES DE EDUCAÇÃO FÍSICA<sup>54</sup>

**Cristiano Mezzaroba**

(Mestre em Educação Física/UFSC; Prof. DEF/CCBS/UFSC)

**Sérgio Dorenski Dantas Ribeiro**

Mestre em Educação Física/UFSC; Prof. DEF/CCBS/UFSC)

**Fabio Zoboli**

(Doutor em Educação/UFBA; Prof. DEF/CCBS/UFSC)

**Keyte dos Santos Matos**

(Licenciada em Educação Física/UFSC; LaboMídia/UFSC)

### INTRODUÇÃO

Com a chamada “década dos megaeventos esportivos”, o Brasil passou a atrair as atenções mundiais e a destacar-se no cenário esportivo por sediar os Jogos Pan-americanos (em 2007 na cidade do Rio de Janeiro) e logo mais a Copa das Confederações (2013) como preparativo para a Copa do Mundo de 2014, e, por fim, as Olimpíadas e Paraolimpíadas (PO) em 2016, na capital fluminense.

Em 2012, portanto, ano olímpico que culminou como uma “preparação brasileira” para sediar os Jogos Olímpicos (JO) de 2016, tivemos, em Londres/Inglaterra, a exacerbação do fenômeno esportivo nas suas múltiplas facetas, em que vimos, articulados, 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. É a mídia, no seu conjunto, que traz até nós, com sua produção de informações, a veiculação desses produtos culturais simbólicos, e gera, assim, determinadas compreensões e representações do mundo esportivo, mercadorizando e (tele)espetacularizando o esporte (tornando hegemônico o modelo do esporte de alto rendimento) e implicando nas práticas corporais da sociedade, sejam aquelas presentes como conteúdos da Educação Física escolar (EFE), sejam aquelas tomadas no tempo de lazer da população.

Convictos de que houve uma tentativa de antecipação e crescente visibilidade dos JO/2012, na qual denominamos de *agendamento midiático-esportivo* (MEZZAROBA; MESSA; PIRES; 2011), temos como objetivo geral, nesta pesquisa ainda em andamento, identificar e analisar as maneiras pelas quais determinados sujeitos receberam e interpretaram tais discursos, ou seja, um estudo de recepção à mídia esportiva investigando professores de EF do Estado de SE, por serem esses

---

<sup>54</sup> Este trabalho é parte de uma pesquisa coletiva, denominada As Olimpíadas e Paraolimpíadas de 2012 na mídia sergipana: investigando estratégias de agendamento e a mobilização da dialética global-local. São quatro subprojetos: um que verificará a mídia impressa (jornal impresso), outro a mídia televisiva, um outro a mídia digital (portal Infonet), e este, em especial, que se trata de um estudo de recepção com professores de EF.

sujeitos os potenciais responsáveis pela mediação pedagógica do tema *esporte* nas aulas de EF.

## BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE ESPORTE E MÍDIA

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 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 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.

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, seqüenciais (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).

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.

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).

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

## CONTEXTUALIZANDO A RECEPÇÃO MIDIÁTICA NA EF

Nos últimos anos, as investigações no campo comunicacional, em especial aquelas referentes ao universo da EF e do esporte, tem se alargado, intensificando-se e complexificando-se, como podemos constatar a partir de alguns estudos, dentre os quais, aqui, utilizamos Azevedo *et al* (2008) e Pires *et al* (2006). Este último estudo, em especial, mostrou que a ênfase nos estudos que tratam da mídia esportiva brasileira volta-se à análise de produção midiática, ou seja, a ênfase nos meios emissores e suas mensagens, e com isso, uma certa incipiência nos estudos que se propõe ao campo da recepção.

Algumas pesquisas têm se dedicado a compreender e investigar a maneira pela qual essa *avalanche* de produtos culturais simbólicos estão sendo recebidos, interpretados e ressignificados pelos sujeitos. Estudos que acompanharam dois eventos esportivos configurando-se como estudos de recepção ao discurso midiático-esportivo e implicou diretamente à EF – Antunes (2007) e Mezzaroba (2008) – analisaram, respectivamente, jovens de uma escola pública e de uma instituição particular, referente à Copa do Mundo de Futebol da Alemanha em 2006 e aos Jogos Pan-americanos no Rio de Janeiro em 2007. Perceberam que os jovens estão em constante contato com a mídia em geral, mas, mostram-se ainda bastante ingênuos a tais discursos, apresentando uma visão heterogênea e ambígua sobre esses mesmos discursos, com certo *olhar de torcedor* àquilo que foi veiculado pela mídia nesses períodos de intensa divulgação de informações esportivas.

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

Este processo de compreensão a partir do contexto sociocultural do sujeito que acompanha aquilo que a mídia veicula chama-se *mediação* (conceito utilizado pela corrente da sociologia latino-americana – que tem os autores Guillermo Orozco e Jesus Martín-Barbero como mais proeminentes), ou seja, procura-se entender que os produtos da mídia não são coisas prontas, acabadas, como se fossem dadas e assim assimiladas de uma forma homogênea. Desta forma, os estudos de recepção propõem a reflexão sobre aquilo que o público faz com o discurso vindo da mídia a partir dos seus diferentes contextos sócio-histórico-cultural.

Trata-se de uma mudança paradigmática, já que antigamente a pergunta que se fazia era “o que os meios de comunicação fazem com os indivíduos?”; e no momento

presente a pergunta migra para “o que os indivíduos fazem com os meios de comunicação?”. (FERREIRA, 2005)

Jacks e Escosteguy (2005) fazem um mapeamento de algumas correntes e propostas desenvolvidas na América Latina com relação às transformações dos estudos de comunicação da década de 60 à década de 80 e identificam um movimento de renovação teórica que teve no pesquisador Jesús Martín-Barbero o formulador dos *estudios latino-americanos de recepción*. Sua grande contribuição com o conceito de *mediação* foi considerar a comunicação a partir da cultura, naquilo que ele denomina de *mediação cultural*, ou seja, os sujeitos estão inseridos em diferentes contextos socioculturais, sendo a cultura, portanto, a mediadora do processo midiático.

A partir de Martín-Barbero, outros pesquisadores passaram a integrar a chamada *Corrente Latino-americana da Sociologia da Comunicação*, como o mexicano Guillermo Orozco (que operacionalizou as mediações naquilo que chamou de *dialética das múltiplas mediações* ou *multimediações*, isto é, as mediações *individuais, situacionais, institucionais* e *tecnológicas*); o argentino Nestor García Canlini (construiu uma teoria sociocultural do consumo); o também mexicano Jorge González (*frentes culturais*); e a organização não-governamental chilena CENECA – Centro de Indagación y Expresión Cultural e Artística – que cunhou o termo *recepción ativa*. (JACKS e ESCOSTEGUY, 2005; JACKS e TUFTE, 1998; GUEDES, 1998)

Desta maneira, optar pela perspectiva da recepção é interessar-se pela *decodificação* realizada pelos indivíduos daquilo que eles vêem na mídia, algo que compreende “a construção subjetiva de significados a partir dos conteúdos da comunicação” (RUÓTOLO, 1998, p.154). Assim, entende-se que “a audiência é ativa e atribui significados aos meios de acordo com sua realidade sócio-cultural. Estas perspectivas deslocam o foco de análise da simples exposição para a interpretação das mensagens.” (Ibid., p.155)

A *mediação*, portanto, seria uma vertente importante desta perspectiva, entendida como “um amplo confronto de todos os atores no processo de recepção: os meios, os receptores, as comunidades, os movimentos sociais etc.” (Ibid., p.157)

A palavra *mediação* é oriunda do latim *medius*, “aquilo que está no meio”, e originariamente “ela significa uma relação entre X e Y.” (GOMES e COGO, 1998, p.24).

Orozco (2006, p.88) entende “as mediações como processos estruturantes que provêm de diversas fontes, incidindo nos processos de comunicação e formando as interações comunicativas dos atores sociais.”

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

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

As mediações configuram-se, nas palavras de Ruótolo (1998), como “rituais de negociação de significados” e possibilitam a cada receptor uma interpretação (já que não existe interpretação única).

A essa busca de integração nos enfoques entre o que é veiculado pelo emissor com o que é (re)significado pelos receptores corresponde à necessidade atual dos estudos da comunicação, pois se antes os estudos dos efeitos (limitados ou ilimitados) tinham como certas as ações dos veículos midiáticos, recentemente “tal certeza entra

em declínio, e estes novos estudos vão caracterizar os efeitos dos meios de comunicação pela sua natureza difusa, indireta e cognitiva.” (FERREIRA, 2005, p.1)

Ainda sobre as mediações, Orozco (1993) operacionalizou uma maneira de se para se estudá-las, naquilo que ele chamou de *Dialética das múltiplas mediações* ou *Multimediações*. Sua *tipologia*<sup>55</sup> sugere quatro grupos de diferentes mediações:

- Mediação individual: é a mediação que surge do sujeito, do ponto de vista cognoscitivo e emotivo e também social. São mediações que se referem ao histórico de vida, ao gênero, à idade, etnia, ao desenvolvimento cognitivo, aos fatores emocionais e afetivos, à percepção entre outros.
- Mediação situacional: refere-se à situação em que há interação entre o veículo midiático e o auditório, multiplicando-se de acordo com os diferentes cenários em que ocorre essa interação/recepção. Aqui se considera o lar e seu tamanho físico, os cenários da rua e da escola, situação sócio-econômica, o momento do dia em que se assiste, com quem estou vendo (sozinho e/ou acompanhado), onde estou vendo etc.
- Mediação institucional: são as mediações nas quais os sujeitos estão inseridos e interagem no seu cotidiano, participando de forma regular e seguindo regras e procedimentos institucionais específicos. Exemplo: a família (instituição social primária), o Estado (leis), Igreja (religião), escola, grupos de amigos, comunidades virtuais, clubes, associações entre outros.
- Mediação tecnológica: é a mediação particular da televisão e de cada veículo midiático, através de suas linguagens e características específicas, por considerar que elas não só reproduzem a realidade, mas também conseguem produzi-la à sua forma. Um exemplo desta mediação seria o *gênero* (informativo, telenovela, transmissão esportiva, programas de auditório, musicais etc.). (OROZCO, 1993; GOMES e COGO, 1998; JACKS e ESCOSTEGUY, 2005)

Assim, de acordo com a *dialética das múltiplas mediações*, deve-se atentar para a *escola*, instituição que é vista como responsável por exercer um papel fundamental na chamada *mediação institucional*; e essa mediação escolar, no trato com os saberes e as informações que produzem a realidade, pode representar um diferencial na qualidade da compreensão do discurso midiático – o que justifica a realização deste estudo na escola.

## A METODOLOGIA DA PESQUISA E SUA ANÁLISE INTRODUTÓRIA

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, procurará compreender como ocorreu o discurso midiático-esportivo em torno da cobertura dos JO/2012 a partir dos olhares e entendimentos dos professores de EF sujeitos desta pesquisa, no período anterior à realização dos JO (do dia 25 de junho até o dia 27 de julho – totalizando 33 dias).

Optamos, estrategicamente, pela divisão político-geográfica do estado em 5 grandes regiões (chamadas de *distritos*: Estância, Lagarto, Nossa Senhora da Glória, Japaratuba e Aracaju). A partir deste mapeamento, em cada um desses distritos, sondamos um ou dois

---

55 Embasado em Martín-Barbero (1990), para o qual devem ser consideradas três dimensões no processo de comunicação: a socialidade (interações e negociações entre os atores sociais), a ritualidade (as práticas que se tornam rotineiras/repetidas) e a tecnicidade (articulação das inovações com a discursividade, a técnica como dimensão constitutiva da comunicação). (MARTÍN-BARBERO, 1990 apud OROZCO, 1993, p.68).

sujeitos que pudessem participar e que tivessem o desejo de contribuir com a investigação. Assim, temos 06 sujeitos participantes, sendo 3 professoras e 3 professores, distribuídos pelo estado de SE. Como o estudo não tem a pretensão de generalizações, o pequeno grupo permite-nos pensar em um contexto local bastante específico e a diversidade de possíveis resultados que poderão ser encontrados e, com isso, refletidos no campo pedagógico da EF, em especial, àquele voltado às possibilidades com mídia.

Neste primeiro momento da pesquisa, consiste em capturar as informações veiculadas pela mídia de maneira genérica. Ou melhor, os sujeitos preencheram os *questionários recordatários* (instrumento de coleta de dados) informando, dia após dia, tudo que viram ou ouviram falar a respeito do megaevento esportivo.

O segundo momento se constituirá com as entrevistas – de cunho semi-estruturadas – no qual temos como intenção aprofundar os dados considerados nos questionários recordatários, bem como sondar possibilidades de trato pedagógico com o conteúdo esportivo e suas relações com a mídia.

À luz de elementos teórico-metodológicos da *análise de conteúdo* (BARDIN, 2009), já observamos, a partir do material recolhido parcialmente, uma vez que a pesquisa encontra-se em andamento, algumas características da mídia no tocante ao agendamento e às transmissões dos JO que se seguem:

- a) Dos dados observáveis, referente às regiões de SE, quase não se ouviu falar em Paraolimpíadas, ou seja, prevalecendo os vultosos interesses econômicos para a cobertura dos JO em que a arrecadação financeira gera um montante de dinheiro e os interesses a ele grudados, diferentemente do público das Paraolimpíadas;
- b) A veiculação dos JO em canais abertos que não têm os direitos de transmissão – como a Rede Globo – uma vez que, a exclusividade é da Rede Record, é inexpressiva, ou quase não se ouviu falar. Um detalhe para além da pesquisa é a parceria da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) que tem um contrato de exclusividade com a emissora (Globo) e ao falar da Seleção de Futebol Olímpica, a chamava de “Seleção de Novos”, omitindo assim, a real função desta seleção que era a preparação/participação nos JO;
- c) Outro aspecto observável foi que a captura das informações obtidas pelos sujeitos teve uma incidência das mensagens advindas da televisão e da internet, o que ratifica aquele como veículo de massa e de maior presença na vida das pessoas e esta, como um seguimento novo já se configurando também numa presença marcante no dia a dia das pessoas.

## ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar do estudo ainda encontrar-se em andamento, os objetivos da pesquisas tendem a se cruzar com os achados, uma vez que observar o fenômeno esportivo pela lente das diversas mídias, a partir de um megaevento como os JO, traz reflexões, inquietações, mudança de olhar para sua vida profissional, especialmente para EF.

Vamos para o segundo momento – entrevistas – na convicção de que o estudo trará relevante contribuição para o papel do professor de EF, principalmente, no âmbito escolar. Além disso, estabelece uma relação importante que é a aproximação da EF com a análise, uso e produção da mídia com/pelo universo escolar (alunos e professores), algo que ainda é carente de experiências neste campo.

## REFERÊNCIAS

ANTUNES, S.E. **O “País do futebol” na Copa do Mundo: estudo de recepção ao discurso midiático-esportivo com jovens escolares.** 2007. Dissertação (Mestrado em Educação Física) - Centro de Desportos, UFSC, Florianópolis, 2007.

AZEVEDO, V.; COSTA, A.G.; PIRES, G. de L. Análise da produção em Educação Física/Esporte e Mídia veiculada nos congressos do CBCE e da INTERCOM. Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte, 4, **Anais...** Pinhão/PR: CBCE, set/2008.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**, 2 ed. Lisboa: Edições 70, 2009.

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

BITENCOURT, F.G. Ritual olímpico e os mitos da modernidade: implicações midiáticas. Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte, 2, out/2004. **Anais...** Criciúma: CBCE/UNESC, 2004.

BORELLI, V. O esporte como uma construção específica no campo jornalístico. In: Congresso Anual em Ciência da Comunicação, 25, 2002, Salvador/BA. **Anais...** Salvador: INTERCOM, 2002.

BORELLI, V.; FAUSTO NETO, A. Jornalismo esportivo como construção. **Cadernos de Comunicação**, Santa Maria, n.7, p. 61-74, dez. 2002.

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

FERREIRA, G.M. Uma leitura dos estudos dos efeitos: da era das certezas às incertezas e mistérios da recepção. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: INTERCOM, 2005. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17295/1/R0868-1.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2006.

FREITAS FILHO, L. A cobertura esportiva no rádio e no jornal. In: DIEGUEZ, G.K. (org.) **Esporte e poder.** Petrópolis: Vozes, p. 51-59, 1985.

GOMES, P.G.; COGO, D.M. (org). **O adolescente e a televisão.** Porto Alegre: Unisinos, 1998.

GUEDES, O. Os estudos de recepção, etnografia e globalização. In: RUBIM, A.A.C.; BENTZ, I.M.G.; PINTO, M.J. **Produção e recepção dos sentidos midiáticos.** 2ª. Ed. Petrópolis-RJ: Vozes, p.107-118, 1998.

JACKS, N.; TUFTE, T. Televisão, identidade e cotidiano (parte de um projeto integrado). In: RUBIM, A.A.C.; BENTZ, I.M.G.; PINTO, M.J. **Produção e recepção dos sentidos midiáticos.** 2ª. Ed. Petrópolis-RJ: Vozes, p.99-106, 1998.

JACKS, N. **Querência – cultural regional como mediação simbólica**: um estudo de recepção. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

JACKS, N.; ESCOSTEGUY, A.C. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

LINS DA SILVA, C.E. **Muito além do jardim botânico**. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1985.

MARTÍN-BARBERO, J. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. *In*: MORAES, D. de (org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, p.51-79, 2006.

MEZZAROBA, C. **Os Jogos Pan-americanos Rio/2007 e o agendamento midiático-esportivo**: um estudo de recepção com escolares. 2008. 153p. Dissertação (Mestrado em Educação Física – Teoria e Prática Pedagógica) – Centro de Desportos, UFSC, Florianópolis, 2008.

MEZZAROBA, C.; MESSA, F.; PIRES, G. De L. 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, p.21-45, 2011.

MINAYO, M.C. de S.; GOMES, S.F.D.R. (org.) **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 29ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

OROZCO, G.G. Hacia una dialéctica de la recepción televisiva: la estructuración de estrategias por los televidentes. **Comunicação & Política na América Latina**, São Paulo, ano 8, v. 22 a 25, p. 57-73, 1993.

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

PIRES, G. De L. *et al.* Retrato preliminar da produção em Educação Física/Mídia no Brasil. *In*: Congresso Brasileiro de Informação e Documentação Esportiva, 1., Brasília/DF, abril 2006. **Anais...** Brasília: Ministério do Esporte, IASI, 2006a. Disponível em: <[www.esporte.gov.br/conbide](http://www.esporte.gov.br/conbide)>. Acesso: 15 set. 2006.

RUÓTOLO, A.C. Audiência e recepção: perspectivas. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Metodista Digital, n. 30, p. 150-163, 2. sem. 1998. Disponível em: <[http://editora.metodista.br/COM30/cap\\_07.pdf](http://editora.metodista.br/COM30/cap_07.pdf)>. Acesso: 18 ago. 2006.

TRIVINÕS, A.N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em Educação. São Paulo: Atlas, 1987.