

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE DESPORTOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO FÍSICA – MESTRADO

CRISTIANO MEZZAROBA

OS JOGOS PAN-AMERICANOS RIO/2007 E
O AGENDAMENTO MUDIÁTICO-ESPORTIVO:
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO COM ESCOLARES

FLORIANÓPOLIS – SANTA CATARINA
FEVEREIRO DE 2008

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

CRISTIANO MEZZAROBÀ

**OS JOGOS PAN-AMERICANOS RIO/2007 E
O AGENDAMENTO MUDIÁTICO-ESPORTIVO:
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO COM ESCOLARES**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação Física – Mestrado – da Universidade Federal de Santa Catarina como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Educação Física.

Orientador: Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires

**FLORIANÓPOLIS – SANTA CATARINA
FEVEREIRO DE 2008**

TERMO DE APROVAÇÃO

CRISTIANO MEZZAROBA

OS JOGOS PAN-AMERICANOS RIO/2007 E O AGENDAMENTO MIDIÁTICO-ESPORTIVO: UM ESTUDO DE RECEPÇÃO COM ESCOLARES

Dissertação apresentada ao Colegiado do Curso de Mestrado em Educação Física do Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, em cumprimento parcial para a obtenção do título de Mestre em Educação Física, Área de concentração Teoria e Prática Pedagógica na Educação Física.

Aprovada pela Comissão Examinadora em _____

Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires (Orientador)
Depto. de Educação Física/Centro de Desportos
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Prof. Dr. Wanderley Marchi Júnior
Depto. de Educação Física/Setor de Ciências Biológicas
Universidade Federal do Paraná – UFPR

Prof^a. Dra. Gilka Girardello
Depto. de Metodologia de Ensino/Centro de Ciências da Educação
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Prof. Dr. Elenor Kunz
Depto. de Educação Física/Centro de Desportos
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Florianópolis-SC, fevereiro de 2008.

*Dedico àquelas pessoas mais que
especiais de minha vida:
'Seu Osmar' e 'Dona Maria',
pela perseverança de sempre e pelo exemplo que são!
'Juli' e "Lavo",
pela amizade, carinho e respeito!*

*E a quem aparece em nossa vida...
e fica, pra sempre!*

AGRADECIMENTOS

Agradecer é reconhecer aquelas pessoas e instituições que, saibam ou não, têm uma grande importância em nossas jornadas, por contribuírem de alguma forma ao nosso processo de amadurecimento pessoal e também profissional. A partir de agora, portanto, expresso meus sinceros agradecimentos a quem, nestes dois últimos anos, principalmente, foi presença constante e de grande valor – estando perto ou longe! Espero não esquecer de ninguém!

Sou muito grato a tudo, e acima de tudo, a Deus – ou a esta(s) força(s) divina(s) – que nos permite experimentar a vida e tudo que ela tem a oferecer.

Agradeço também pela família que tenho, quatro pessoas que sempre foram, são e serão importantíssimas para mim: meu pai, “Seu Osmar”; minha mãe, “Dona Maria”; minha irmã mais velha, “Juli”; e meu irmão mais novo, “Lavo”. Não preciso nem descrever todos os tipos de ajuda que vêm de vocês, sempre!

Meus agradecimentos, de forma muito especial também, ao Professor Giovani De Lorenzi Pires (Gigio), meu “pai acadêmico”. Por ter acreditado em mim desde a época da graduação, quando aceitou ser meu orientador de monografia e por ter possibilitado que eu seguisse estudando, agora no mestrado. Aproveito o momento, também, para dizer o quanto aprendi contigo, principalmente no que se refere a uma palavra que você gosta muito, e repetidas vezes falava desde os tempos de PET (Programa de Educação Tutorial, ao qual fui bolsista por quatro anos, de 2001 a 2005): autonomia. Obrigado pelos “puxões de orelha” (foram poucos, graças a Deus! Hehehe), pelas orientações (principalmente na “reta final”), por tirar dúvidas e pelos “pitacos” (sempre muito bem vindos!), por saber meus limites, e pelo carinho e respeito que tens por mim.

Agradeço também ao Programa de Pós-Graduação em Educação Física do Centro de Desportos da UFSC, pela oportunidade de realização de minha pós-graduação, nível mestrado, e a CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), por ter me concedido a bolsa nos dois anos de curso, o que permitiu minha dedicação integral aos estudos.

Não poderia deixar passar em branco os professores aos quais tive contato nesta etapa: Juarez Nascimento, Maurício Roberto da Silva, Elenor Kunz, Maria de Fátima da Silva Duarte, Alexandre Fernandez Vaz, Saray Giovana Dos Santos, Ana Márcia Silva, Giovani De Lorenzi Pires e Gilka Girardello.

Ao *Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva*, ao qual faço parte e tenho um imenso carinho: Mari (muito me ajudou a fazer o projeto ainda na seleção do mestrado, obrigadão!!!), Fernando, Galdino, Cássia, Márcio, Scheila, Diego, Rogério, Sérgio, Iracema, Mellyssa, Huáscar, Vitor, Rafael “Hiroshi”, Paulinha e Cláudio.

Aos meus amigos que estão nesta mesma jornada, e que saíram da graduação junto comigo: Clarissa (Kissa), Guilherme (Gui), Karla (Karlota), Dieguito (Diego), Pri (Priscila). E também aos amigos(as) que fiz no mestrado: Marise, Fabiana, Rogério, Luciene, Jorge, Lígia, Aguinaldo e Márcia.

À Mika – Michelle Carreirão Gonçalves – que se tornou, nestes dois últimos anos, uma grande amiga, mais do que já era nos tempos de graduação. Meu muito obrigado mais do que especial! Aproveito e agradeço à Dona Sandra, à Gi e ao Richard (pronto, foi a família inteira!)

Aos amigos(as) ainda da graduação, que continuam sendo sempre especiais: Elisa, Luiz Adroaldo, Leandro, Carmen, Carina e Mariana.

Ao meu grande amigo Fabio, pela força de sempre e pelo incentivo, além da preocupação e por me oportunizar grandes ensinamentos.

Às escolas que permitiram a realização do meu trabalho de campo: Escola Municipal de Educação Básica Dilma Lúcia dos Santos (Armação do Pântano do Sul) e Escola Energia (Córrego Grande), bem como os professores de Educação Física, respectivamente, a Prof^a. Neide e o Prof. Junior. Minha gratidão também aos alunos que participaram da pesquisa, em especial ao Eduardo, Henrique, Hiago e Lucas.

Aos amigos(as) de longe, das bandas de Jacutinga, que ficaram torcendo por mim...

Meus agradecimentos também à banca: Prof. Wanderley Marchi Júnior, Prof^a Gilka Girardello, Prof. Elenor Kunz e Prof^a Elisara Marin.

E àqueles que, porventura, eu tenha esquecido...MEU MUITO OBRIGADO!!!

*Corrida pra vender cigarro
Cigarro pra vender remédio
Remédio pra curar a tosse
Tossir, cuspir, jogar pra fora
Corrida pra vender os carros
Pneu, cerveja e gasolina
Cabeça pra usar boné
E professar a fé de quem patrocina
Eles querem te vender
Eles querem te comprar
Querem te matar (de rir)
Querem te fazer chorar
Quem são eles?
Quem eles pensam que são?
Corrida contra o relógio
Silicone contra a gravidade
Dedo no gatilho, velocidade
Quem mente antes diz a verdade
Satisfação garantida
Obsolescência programada
Eles ganham a corrida antes mesmo da largada
Eles querem te vender
Eles querem te comprar
Querem te matar a sede
Eles querem te sedar
Quem são eles?
Quem eles pensam que são?
Vender... comprar... vedar os olhos
Jogar a rede... contra a parede
Querem te deixar com sede
Não querem te deixar pensar
Quem são eles?
Quem eles pensam que são?*

Humberto Gessinger – Terceira do Plural

RESUMO

Os Jogos Pan-americanos Rio/2007 e o agendamento midiático-esportivo: um estudo de recepção com escolares

Autor: Cristiano Mezzaroba

Orientador: Prof. Dr. Giovanni De Lorenzi Pires

Diante da importância crescente atribuída ao esporte na sociedade contemporânea e da participação significativa da tecnologia no processo comunicacional no seu interior, torna-se necessário analisar com um olhar mais aprofundado a relação entre esporte e mídia, tendo em vista seu poder na construção de nossa realidade social, repercutindo na Educação e na Educação Física escolar brasileira. Um momento relevante para a análise destas manifestações foi o da realização dos Jogos Pan-americanos Rio 2007. Desta maneira, esta pesquisa de abordagem qualitativa e de caráter descritiva, caracterizada como um estudo de recepção (de acordo com a *Corrente Latino-americana da Sociologia da Comunicação*), teve por objetivo analisar como os jovens percebem, compreendem e analisam o agendamento midiático destes Jogos, com possíveis repercussões disso na Educação Física Escolar. A respeito da temática, vêm sendo desenvolvidos diversos estudos sendo que a ênfase geralmente é dada ao pólo emissor (mídia), esquecendo-se dos sujeitos que recebem e ressignificam tais produções (a recepção). Esta foi a intenção da presente pesquisa, ou seja, o considerar os estudantes como sujeitos-receptores, com os quais o professor de Educação Física pode intervir pedagogicamente. A pesquisa de campo foi realizada com alunos de uma escola de Florianópolis, que constituíram um pequeno grupo de discussão/observação, sendo desenvolvida através da coleta de questionários-recordatórios e encontros periódicos com o grupo. Também foi utilizado um diário de campo, para registro de observações e outras questões colhidas no campo. Para sistematização e interpretação dos dados, foi adotado o procedimento de *análise de conteúdo*, o que permitiu relacionar o objeto em estudo com as questões teóricas na forma de categorias, que foram as seguintes: *Treinamento e Delegações, Infra-estrutura e Segurança, Variedades, Tocha Pan-americana e Contagem Regressiva*. Tais categorias constituíram-se, neste estudo, na maneira como o agendamento para os Jogos Pan-americanos foi empregado pela mídia, sendo percebido e identificado pelos jovens estudantes ao atribuírem significado ao discurso midiático-esportivo. Como considerações finais, em síntese, pode-se observar que: (a) os alunos demonstram ter um contato cotidiano com a mídia esportiva, especialmente a televisão e a internet; (b) os alunos revelaram conhecimento abrangente sobre a realização dos Jogos, especialmente no que se refere ao processo de agendamento midiático; (c) a forma como expressaram sua percepção em relação ao agendamento demonstra a eficácia do discurso midiático-esportivo; (d) revelam também a ausência da mediação escolar, especialmente da Educação Física, no trato pedagógico com o tema. Os achados da pesquisa ratificam as indicações do quadro teórico de referência, no que tange à necessidade do desenvolvimento do processo de mídia-educação no âmbito escolar, a fim de ampliar as compreensões que envolvem a cultura esportiva dos alunos.

Palavras-chave: estudo de recepção; agendamento esportivo; Jogos Pan-americanos Rio-2007; Educação Física escolar.

ABSTRACT

The Rio/2007 Pan-American Games and the sportive-mediatic scheduling: a study about the reception with students

Author: Cristiano Mezzaroba

Supervisor: Prof. Dr. Giovanni De Lorenzi Pires

Given the growing importance attached to sport in contemporary society and the significant involvement of technology in the communication process within this society, it becomes necessary to examine with a more detailed look the relationship between sports and media, considering its power in the construction of our social reality, which goes through the Brazilian Education and Physical Education at school. A relevant moment to analyse these manifestations was the achievement of Rio 2007 Pan American Games. Thus, this research of qualitative approach and descriptive character, characterized as a study of reception (according to the Latin American Sociology of Communication current), aimed to examine how young people perceive, understand and analyze the mediatic scheduling of these Games, and its possible repercussions in Physical Education at school. Regarding the theme, several studies are being developed and the emphasis is usually given to the issuer pole (media), forgetting the subjects receiving and re-meaning such productions (the reception). This was the intention of this research, which was to consider students as subjects-receptors, with who the professor of Physical Education can intervene pedagogically. The field research was conducted with students of a school in Florianopolis, which formed a small discussion/observation group, being developed through the collection of questionnaires-recording and periodic meetings with the group. A field diary was also used, to record observations and other issues collected in the field. For systematization and interpretation of the data, the analyzing procedure of content was adopted, which allowed linking the object under study with the theoretical issues in the form of categories, which were: Training and delegations, Infrastructure and Security, Variety, Pan American Torch and Countdown. These categories were build up, in this study, by the way the agenda for the Pan American Games was employed by the media, being perceived and identified by the young students when they attached a meaning to the mediatic-sportive speech. As final considerations, in summary, you can see that: (a) the students have demonstrated daily contact with the sportive media, especially with television and internet; (b) students showed extensive knowledge about the achievement of the Games, especially regarding to the process of mediatic scheduling, (c) the way they expressed their perception regarding the scheduling demonstrates the effectiveness of the mediatic-sportive speech; (d) they also reveal the lack of school mediation, especially regarding to Physical Education, and how the theme is pedagogically handled. The findings of the survey ratify the indications of the theoretical framework of reference in regard to the need for development of the process of media-education within school, in order to broaden the understandings involving the sports culture of the students.

Keywords: reception study; sportive scheduling; Rio-2007 Pan American Games; Physical Education at school.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Você sabe qual evento esportivo irá acontecer este ano aqui no Brasil? (Escola particular)	57
Quadro 02 – Onde você se informa sobre esse evento? (Escola particular)	59
Quadro 03 – Você sabe qual evento esportivo irá acontecer este ano aqui no Brasil? (Escola pública)	59
Quadro 04 – Onde você se informa sobre esse evento? (Escola pública)	61
Quadro 05 – Canais de televisão aberta citados pelos alunos	63
Quadro 06 – Resumo esquemático sobre as mediações familiar e escolar dos sujeitos investigados	70
Quadro 07 – Referências citadas nos questionários-recordatários	79
Quadro 08 – Emissoras/programas de televisão citados nos questionários-recordatários	79
Quadro 09 – Sites de internet citados pelos alunos nos questionários-recordatários	81
Quadro 10 – Identificação e apresentação das categorias	83

SUMÁRIO

Resumo	viii
Abstract	ix
I – Considerações iniciais	13
1.1 – Justificativa e relevância do estudo	19
1.2 – O problema de pesquisa	23
1.3 – Objetivo central do estudo	24
1.4 – Questões de investigação	24
II – Elementos teórico-metodológicos	26
2.1 – Cultura esportiva e televisão	26
2.2 – A hipótese da agenda-setting e a mediação escolar	31
2.3 – O agendamento esportivo	42
2.4 – Metodologia: fundamentação e procedimentos	49
III – Descrição e análise do campo	56
3.1 – Descrevendo a 1ª. etapa da pesquisa: a escolha dos sujeitos da pesquisa ...	56
3.2 – Caracterizando os sujeitos da pesquisa e relações com as mediações	62
3.2.1 – Os sujeitos e a televisão	63
3.2.2 – Os sujeitos e a internet	66
3.2.3 – Os sujeitos e a mídia impressa	67
3.2.4 – Os sujeitos e a mídia no contexto escolar	68
3.3 – Descrevendo a 2ª. etapa da pesquisa: o acompanhamento do pequeno grupo	71
3.3.1 – 1º Encontro – 1º de junho de 2007	72
3.3.2 – 2º Encontro – 15 de junho de 2007	73
3.3.3 – 3º Encontro – 22 de junho de 2007	74
3.3.4 – 4º Encontro – 29 de junho de 2007	75
3.3.5 – 5º Encontro – 13 de julho de 2007	76
3.3.6 – 6º Encontro – 10 de agosto de 2007	77
3.4 – O acompanhamento feito por meio dos questionários-recordatários e com os grupos de discussão	79
3.4.1 – As categorias elaboradas a partir dos dados dos questionários-recordatários e dos grupos de discussão: descrição e análise.....	82
3.4.1.1 – Treinamento e delegações	84
3.4.1.2 – Infra-estrutura e segurança	94

3.4.1.3 – Variedades	104
3.4.1.4 – Tocha pan-americana	113
3.4.1.5 – Contagem regressiva	121
IV – Considerações finais	126
V – Referências	134
VI – Apêndices	143
Apêndice 1 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	144
Apêndice 2 – Questionário Inicial	145
Apêndice 3 – Questionário-recordatário	146
Apêndice 4 – Questionário para caracterização dos sujeitos e mediações	149
VII – Anexos	153
Anexo 1 – Reportagem da Revista <i>Carta Capital</i>	154

I – CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A Educação Física Escolar brasileira vem desde a década de 80 passando por um período “crítico”, assim denominado em função dos debates internos que procuraram (e que ainda seguem esta meta) fortalecê-la quanto a sua relevância acadêmica e social. Autores como Elenor Kunz, João Batista Freire, Mauro Betti, Coletivo de Autores e Grupo de Trabalho Pedagógico da UFPE/UFSM entre outros, com o intuito de contribuir para a área, passaram a considerar as questões socioculturais como necessárias à Educação Física, respectivamente com suas abordagens crítico-emancipatória, construtivista-interacionista, sistêmica, crítico-superadora e de aulas abertas.

Cada uma dessas concepções, a sua maneira, procurou dar à Educação Física brasileira seu espaço para reflexão, propondo que se articulasse pedagogicamente aquilo que é vivenciado corporalmente (nos jogos, brincadeiras, esportes, ginásticas, danças e lutas, enfim, nos conteúdos da Educação Física Escolar) com o conhecimento então utilizado.

Mais recentemente, alguns autores¹, seguindo essa tendência de uma Educação Física mais crítica/reflexiva, passaram a considerar a importância das *mídias* (televisão, rádio, jornal, revistas, cinema, internet etc.) no processo educativo/formativo dos indivíduos. Também é importante destacar algumas aproximações que vêm sendo feitas entre a Educação Física e as Ciências Humanas e Sociais (Comunicação, Psicologia, Sociologia, Antropologia entre outras), com o objetivo de permitir uma melhor compreensão daquele que é um dos fenômenos mais marcantes na sociedade moderna: *o fenômeno esportivo*.

Ao menos em alguns setores do ambiente acadêmico, cada vez mais se tem um entendimento geral² sobre a importância que a mídia, ou os meios de comunicação de massa, têm no mundo atual, na construção de sentidos e significados dentro da cultura contemporânea. Com relação à Educação Física, mais especificamente entendida como uma área de *intervenção pedagógica*, a mídia, principalmente a televisão, influencia os entendimentos a respeito das diversas práticas corporais, transformando aquilo que seria a

¹ Como por exemplo: Giovani De Lorenzi Pires (UFSC), Mauro Betti (UNESP); Wanderley Marchi Junior (UFPR), Alfredo Feres Neto (UNB), Tatiana Passos Zylberberg (UNICAMP), Gustavo Roesse Sanfelice (FEEVALE/RS), Marli Hatje (UFSM), Fernando Gonçalves Bitencourt (CEFET/SJ-SC) entre outros que constituem o Grupo de Trabalho Temático *Comunicação e Mídia* do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (pode ser visualizado no endereço eletrônico <http://www.cbce.org.br/br/gtt/comunicacao-e-midia/>).

² Para corroborar esta argumentação, cito alguns autores, como Fantin (2006, p. 25), que nos diz que “os sentidos culturais das sociedades contemporâneas se organizam cada vez mais a partir das mídias, que sendo parte da cultura exercem papel de grandes mediadoras entre os sujeitos e a cultura mais ampla, modificando as interações coletivas.”. Também Guareschi e Biz (2005, p.38) afirmam que “Não há instância de nossa sociedade hoje que não tenha uma relação profunda com a mídia, onde a mídia não interfira de maneira específica. (...) A mídia é o coração da sociedade de informação, sob cuja égide vivemos.”

“cultura corporal de movimento”³ (BETTI, 2003) em outras formas de consumo, ou, ainda, modificando as formas de perceber/praticar/analisar o esporte (este último considerado o conteúdo hegemônico das aulas de Educação Física em nosso País).

Segundo dados do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística⁴, relativos ao ano de 2006, a televisão está presente em 93% dos domicílios brasileiros (o rádio, por exemplo, está em 87,9% dos lares) sendo a mídia mais utilizada pelos brasileiros, com importante participação no cotidiano da sociedade. A título de curiosidade, outros bens duráveis, como o fogão e a geladeira, estão presentes nos domicílios brasileiros em um percentual de 97,7% e 89,2%, respectivamente.

Outra pesquisa de opinião pública nacional, realizada pelo CNT/SENSUS⁵ em outubro de 2007, mostrou que 76,1% dos entrevistados utilizam a *televisão* como o veículo de comunicação preferencial na busca de informações (o rádio aparece em segundo lugar, com 8,1%, e a internet, em terceiro, com 7,1%, seguida de jornal, com 6,4%) e que 81,5% dos entrevistados consideram a *imprensa* como *importante na formação de opinião* da sociedade brasileira.

Vemos, portanto, que a televisão acaba sendo a mídia “mais poderosa” na disseminação de informações, responsável por mais de 80% daquilo que é discutido, seja na família, no trabalho, na escola, na rua etc. (segundo GUARESCHI⁶, 1998, apud LISBOA, 2004). De igual maneira, Betti (2003) também considera que a televisão é a mídia de maior consumo e impacto entre os alunos.

Não bastasse sua onipresença, a televisão (principalmente), em conjunto com os demais veículos midiáticos, promove uma espécie de “conversação”, ou seja, as pessoas em seu cotidiano conversam em todos os lugares a respeito do que chega até elas, pautadas por tais veículos, pois, conforme Bordenave (2004, p. 19), “a comunicação é uma necessidade básica da pessoa humana, do homem social.”

O sociólogo francês Pierre Bourdieu, em sua obra *Sobre a televisão* (1997) tece reflexões acerca da forma como a televisão, de forma simbólica, coloca-se como um veículo dominante, com produtos homogêneos, e que acaba se tornando um perigo não só às diferentes esferas da produção cultural como também à democracia e à política. Segundo este

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

⁴ Informações obtidas no site: http://www.ibge.gov.br/brasil_em_sintese/default.htm.

⁵ Disponível em: <http://www.cnt.org.br/arquivos/downloads/sensus/relat90.pdf>. Acesso: 05 nov. 2007.

⁶ GUARESCHI, P. O meio comunicativo e seu conteúdo. In: PACHECO, E. D. P. (org.) **Televisão, criança, imaginário e educação**. Campinas: Papyrus, 1998.

sociólogo, a televisão é “um formidável instrumento de manutenção da ordem simbólica.” (BOURDIEU, 1997, p. 20).

Ainda, para este autor, a ação simbólica da televisão é atrair atenção aos fatos que podem interessar a todos, principalmente através dos programas de variedades, e a busca pelo sensacional e pelo espetacular. Para Bourdieu (1997, p. 23), “A televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população.”

Corroborando este pensamento e analisando a participação da mídia em nossa realidade, Bordenave (2004, p. 33) escreve que:

O impacto dos meios sobre as idéias, as emoções, o comportamento econômico e político das pessoas, cresceu tanto que se converteu um fator fundamental de poder e de domínio em todos os campos da atualidade humana.

A televisão, assim como os meios de comunicação em geral, “tende a embutir em suas mensagens e produtos de mídia valores morais, comportamentais e gostos que precisam ser padronizados de forma a atingir o maior número de pessoas” (FNDC, s/d, p. 27). Melhor dizendo, participa de forma singular e intensa na produção de subjetividades, pois “a comunicação cada vez mais constrói e reconstrói a agenda e o discurso de nossa sociedade, seja no nosso cotidiano ou nas decisões sobre o futuro da Nação.” (Ibid., p. 31).

Para além dos aspectos quantitativos referentes à onipresença e inserção física nos lares brasileiros, há também o poder simbólico que esta mídia agrega. Isso se concretiza na medida em que se percebe sua grande amplitude (não apenas geográfica de distribuição de sinal, mas também na construção de sentidos e significados por meio daquilo que produz, veicula e distribui aos espectadores) e também seu peso extraordinário no que se refere aos aspectos culturais de uma população.

Este poder simbólico da televisão seria um poder invisível, para além das aparências, e se manifesta na busca pelos índices de audiência das emissoras, as chamadas *fatias de mercado* (segmentação) e os interesses dos anunciantes e da publicidade⁷ em geral, além dos próprios produtores e toda parafernália técnica que envolve o veículo televisivo, bem como os telespectadores.

⁷ Dados do EPCOM – Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação – mostram que a televisão é atualmente o veículo dominante no mercado publicitário, com participação de 56,1%, ou 3,007 bilhões de dólares. Em seguida, aparece o jornal, com participação de 21,5%. Revista, rádio e outros aparecem, respectivamente, com 10,6%, 4,9% e 6,9%. Disponível em: <http://www.fndc.org.br/arquivos/donosdamidia.pdf>. Acesso: 20 out. 2007.

Por isso, com essa participação significativa da televisão no processo de comunicação da sociedade contemporânea e pela importância que se atribui ao esporte⁸, torna-se necessário analisar essa relação entre esporte e mídia (a televisiva, principalmente) com mais atenção.

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

A programação esportiva está presente nas mais diversas emissoras, e suas grades de programação cada vez mais destinam um espaço de tempo maior às transmissões esportivas ou programas que têm como foco/conteúdo o esporte, sem contar o espaço que é destinado a este conteúdo nos telejornais, nos programas de variedades ou entretenimento e em documentários (geralmente quando tratam de questões relacionadas à saúde e qualidade de vida).

Tais transmissões são consideradas, dentro das programações das emissoras, como as mais rentáveis para a televisão, não só no âmbito brasileiro como também na esfera mundial. Para isso, basta citar o interesse não só dos espectadores, mas principalmente dos patrocinadores (e das emissoras!) em eventos como Copa do Mundo de Futebol, Jogos Olímpicos, Campeonato Brasileiro de Futebol, Fórmula 1, NBA (Campeonato Norte-americano de Basquete), sem contar os diversos campeonatos existentes (de tênis, vôlei, futebol, natação, atletismo, futsal etc.) nos mais variados países.

Isso colocado, convém mencionar que um grande evento esportivo, de proporção continental, realizou-se em território brasileiro (na cidade do Rio de Janeiro) no ano de 2007 – trata-se dos *Jogos Pan-americanos Rio 2007*⁹ – que incluíam esportes do programa olímpico e outros não disputados em Olimpíadas, os quais são realizados de quatro em quatro anos, sempre nos anos anteriores aos Jogos Olímpicos, entre os países da América do Sul, Central e do Norte.

Pela segunda vez realizado no Brasil (a primeira foi na quarta edição dos Jogos, em 1963, na cidade de São Paulo), agora na cidade do Rio de Janeiro, em sua 15ª edição, esse

⁸ Pesquisa realizada pelo Ministério da Ciência e Tecnologia em 2006, com população adulta brasileira, com idade igual ou superior a 16 anos, mostrou que o *esporte* é um dos temas de maior interesse da população brasileira (47% dos entrevistados responderam que têm muito interesse nos esportes – *medicina e saúde* (60%), *meio ambiente* (58%), *religião* (57%) e *economia* (51%) aparecem à frente do assunto esportes). Quando perguntado os temas sobre os quais se informam, os *esportes* aparecem em segundo lugar, com 40% (empatado com *medicina e saúde* e *meio ambiente*, só perdendo para o tema *religião*, com 49%). Disponível em: <http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/50875.html>. Acesso: 20 out. 2007.

⁹ Informações obtidas no site: http://www.rio2007.org.br/pan2007/portugues/jogos_historico.asp.

evento que reuniu todos os países do Continente Americano pôde possibilitar uma discussão e reflexão em torno do fenômeno esportivo em nossa sociedade (as representações do esporte, os sentidos e significados que lhe são atribuídos e vinculados pelo discurso midiático, o que a população pensa a respeito do tema, entre outras questões).

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

Já há algum tempo (desde 2002, quando a cidade do Rio de Janeiro foi escolhida para sediar os Jogos em 2007, principalmente após a realização dos Jogos Pan-americanos de Santo Domingo, em 2003), a mídia vinha divulgando e veiculando informações sobre tais Jogos no Brasil. A cidade do Rio de Janeiro foi a escolhida para abrigar a competição, tendo em vista todo o seu potencial turístico. Mas, para isso, era preciso adequar-se em infraestrutura, ou melhor, que se fizesse uma reestruturação urbana, como já ocorreu com outras cidades-sede, principalmente com relação aos Jogos Olímpicos (basta citar, por exemplo, as últimas edições: Barcelona/92, Atlanta/96, Sydney/2000 e Atenas/2004).

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

Ainda, para este autor, se forem consideradas “as condições sócio-econômicas das cidades-sede, a maioria pertencente a países periféricos, o impacto de cada evento adquire relativamente maior envergadura”. O autor comenta que na penúltima edição dos jogos, em 2003, “foram gastos 240 milhões de dólares, oito vezes mais do que o inicialmente previsto, gerando alto endividamento junto ao FMI.” (Ibid., p. 338-339)

Já na atual edição havia um orçamento original que girava em torno de 260 milhões de dólares; em 2005, já havia uma previsão de gasto pelo menos quatro vezes maior que o inicialmente previsto. (MASCARENHAS, 2006)

Percebeu-se, portanto, um alto investimento na organização de tais jogos e, junto a isto, uma forte tematização do mesmo nos mais variados veículos midiáticos, principalmente

na televisão, com programação exclusiva referente aos Jogos, o que fazia supor a realização de uma cobertura do mesmo que se configurou no “agendamento”, conceito que será apresentado a seguir.

Segundo Traquina (2001), o *conceito de agendamento* é apenas uma tradução do *agenda-setting* no inglês, e a sua idéia básica é a seguinte: “a capacidade da mídia em influenciar a projeção dos acontecimentos na opinião pública confirma o seu importante papel na figuração da nossa realidade social, isto é, de um pseudo-ambiente, fabricado e montado quase que completamente a partir dos mass mídia” (MCCOMBS and SHAW¹⁰, 1977, citado por TRAQUINA, 2001, p. 14).

De forma introdutória, neste momento 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 a própria mídia) em pautar temas e assuntos de seu interesse na esfera social e colocar, desta maneira, sua(s) opinião(ões) com o objetivo de torná-la(s) hegemônica(s). O agendamento, portanto, é sempre exercido pela mídia, veículo que opera tais interesses, mas tem uma relação de interação com a opinião pública, assim como com grupos privados ou da esfera pública.

Por enquanto, cabe ressaltar que não se trata apenas de oferecer informações prévias a respeito dos jogos (período de realização, países envolvidos, modalidades em disputa, principais atletas, locais de competição etc.), mas todo o contexto que faz parte destas informações no discurso midiático, com relação à economia, à política, à cultura, ao esporte e aos interesses da sociedade brasileira em geral – campos¹¹ que se cruzam.

Em síntese, pode-se dizer que o *agendamento* se propõe às seguintes funções: pautar o assunto/evento, instituir através disso uma opinião pública, fazer com que se aumente o período de venda do patrocínio (e isso repercute no consumo do evento), além de ter como função atualizar informações para criar uma identidade com o público em geral.

Diante disso, é necessário também que se pense nas (possíveis) repercussões que esse grande evento esportivo, com toda essa “propaganda”, acarretará à Educação Física Escolar, mais precisamente com relação à utilização pelos alunos das representações apresentadas e reforçadas pela mídia. Será que os jovens estudantes apenas reproduzem as informações

¹⁰ Nas referências da obra de Traquina não é mencionada esta pesquisa de McCombs and Shaw (1977).

¹¹ Segundo Bourdieu (1997, p. 57), *campo* “é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças.” 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.

esportivas nas aulas de Educação Física ou procuram ressignificá-las? Se a resposta para esta última opção for afirmativa, de que forma isso acontece?

Para que se chegue a qualquer tentativa de resposta, é necessário que se saiba mais sobre os *receptores*¹², isto é, os jovens estudantes, entendendo-os como participantes de várias instituições, neste caso, especificamente, da instituição escolar, que realiza a chamada “mediação escolar”.

Com essas primeiras considerações, em seguida apresentamos os elementos mais específicos que constituíram esta pesquisa, a qual teve não só a intenção de ser um estudo que abarcasse tanto o discurso midiático-esportivo (e suas interfaces) referente aos Jogos Pan-americanos no Brasil em 2007, mas principalmente o que os jovens escolares fazem com tal discurso.

Na seqüência, portanto, expomos a justificativa e a relevância do estudo, o problema de pesquisa, bem como o objetivo central e as suas questões de investigação decorrentes. Logo em seguida são apresentados os elementos teórico-conceituais (cultura esportiva e televisão, a hipótese do *agenda-setting* e a mediação escolar e o agendamento esportivo) e também a forma como a pesquisa foi operacionalizada, ou seja, a fundamentação metodológica.

1.1 – Justificativa e relevância do estudo

O caminho percorrido para se chegar à idéia deste estudo e sua sistematização não foi realizado de forma rápida, como em um “estalo”. Como toda obra humana, passou por um processo que permitiu sua elaboração e execução, portanto, sujeito a erros e acertos, sendo que no seu desenvolvimento procuramos minimizar os primeiros e maximizar os segundos, a fim de termos uma pesquisa bem consolidada em seus aspectos teórico-metodológicos.

Tal pesquisa, pode-se dizer, teve sua origem a partir do meu trabalho de conclusão de curso, intitulado *Estratégias discursivas no agendamento do esporte na mídia: o voleibol masculino do Brasil em Atenas 2004*, defendido em novembro de 2004, o qual me habilitou ao exercício de Licenciado em Educação Física.

Naquela época, em minha monografia, meu interesse era compreender o discurso midiático através das estratégias discursivas que realizaram o agendamento da seleção

¹² Não desconhecemos as diferenças significativas dos diferentes processos de recepção em função das especificidades dos diversos veículos midiáticos. Por exemplo, sabemos que a *internet* permite uma interatividade que outros meios não permitem. No entanto, neste estudo, consideraremos para todos os efeitos recepção como processo geral de percepção, apropriação e (re)significação das mensagens midiáticas.

masculina de vôlei do Brasil para os Jogos Olímpicos de Atenas 2004, ou seja, como se “geraram” expectativas da medalha de ouro pela mídia impressa (no caso, o jornal *Folha de São Paulo*). (MEZZAROBA, 2004)

Ainda, enquanto cursava a graduação em Educação Física, ingressei no *Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva*¹³, pelo meu interesse nas relações entre Educação Física, esporte e mídia.

Em 2005, já formado e com pretensões de ingressar no Programa de Pós-Graduação em Educação Física – Mestrado na área de concentração Teoria e Prática Pedagógica em Educação Física, procurei preparar-me para este desafio.

Para isso, além de permanecer como integrante do *Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva*, matriculei-me como aluno especial na disciplina *Seminário Avançado de Pesquisa em Educação Física e Mídia*, ministrado pelo Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires, que mais tarde seria meu orientador. No decorrer da disciplina, entre os meses de março e junho de 2005, realizamos uma pesquisa que teve por objetivo fazer um levantamento geral (“estado atual da arte”) da produção brasileira com relação à Educação Física e mídia. O envolvimento com este trabalho permitiu uma maior aproximação com aquilo que havia sido produzido até então, as concepções teóricas e autores utilizados, os aspectos metodológicos, os temas recorrentes e também as lacunas existentes nesta área do conhecimento.

Também no mês de maio de 2005 participei de um Seminário Especial, promovido pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da UFSC, chamado *Mídia e Educação: multiplicidade dos discursos, complexidade dos modos de recepção*, ministrado pela Prof^a. Dr^a. Rosa Maria Bueno Fischer (UFRGS), o qual foi muito útil também para eu pensar no meu projeto, e principalmente com relação ao meu objeto de estudo, se seria focado no pólo “emissor” ou no pólo “receptor” (minha grande dúvida naquele momento).

A partir de minha efetiva entrada no Mestrado, com um projeto não muito diferente do original que ora concluo, procurei cursar algumas disciplinas bem específicas que pudessem me auxiliar no desenvolvimento da dissertação. Entre elas está a disciplina de *Educação Física e Mídia* (ministrada pelo Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires) e a disciplina de *Seminário Especial Pesquisa com Mídia-Educação com Crianças e Jovens* (ministrada pela Prof^a. Dr^a. Gilka Girardello, oferecida pelo Programa de Pós-Graduação em Educação). Além disso, participei também de um interessante seminário – *Seminário Especial Mídia, Educação e Cidadania* –, ministrado pelo Prof. Dr. Pier Cesare Rivoltella (Milão/Itália).

¹³ Maiores informações podem ser obtidas no endereço eletrônico: <http://www.nepef.ufsc.br/labomidia/>.

Em meio a este percurso, as participações em eventos, as leituras das mais variadas e conversas com colegas e professores permitiram que eu chegasse à elaboração do estudo que ora apresento.

Até agora procurei expor o caminho que fiz com que eu chegasse a esta pesquisa. Em seguida, apresento os motivos que justificaram a realização deste estudo.

Em primeiro lugar, os motivos pessoais, isto é, a inquietação pessoal em constatar a veiculação e utilização dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 pela mídia em geral (em especial a televisão) e como isso poderia repercutir na Educação Física escolar¹⁴, através dos sentidos/significados atribuídos pelos alunos.

Outro motivo para a realização desta pesquisa foi por considerar que a ênfase dos estudos¹⁵ nesta área geralmente é dada aos próprios “produtos da mídia”, isto é, à análise daquilo produzido por ela (pólo emissor), esquecendo-se dos sujeitos (população em geral, neste caso, os alunos) que recebem tais produções. Assim, procuramos, por meio deste estudo, enfatizar o pólo da recepção como possibilidade de esclarecimento, sabendo-se que é nela que a Educação Física Escolar pode intervir pedagogicamente. Apesar de termos o entendimento de que os pólos (emissão e recepção) não são excludentes e que eles dialogam entre si. Já que um “alimenta” o outro, optamos em dar ênfase ao pólo da recepção, conforme explicado acima.

Sabendo da dificuldade/distância de se intervir diretamente nos meios de comunicação (pólo emissor), a Educação Física Escolar, pelo contato com os alunos sob sua responsabilidade pedagógica (receptores), poderá atuar na formação de telespectadores críticos, seletivos e esclarecidos.

Levando-se em conta que a escola é um local possível de esclarecimento, e os meios de comunicação neste espaço podem ser usados como um suporte para o *saber/conhecer*, é necessário que a Educação Física Escolar se insira no processo da *educação para as mídias*¹⁶ (BELLONI, 2001), aprofundando conhecimentos a respeito da mídia em geral para abordá-los nas aulas, dando um enfoque mais crítico ao esporte e aos demais conteúdos seus.

¹⁴ Aqui estamos falando do componente curricular Educação Física, cujo foco é a escola.

¹⁵ Verificou-se, com pesquisa coletiva realizada em 2005 no *Seminário Avançado de Pesquisa em Educação Física e Mídia* do Programa de Pós-Graduação/Educação Física/CDS/UFSC que apesar de haver estudos que articulam Educação Física e Comunicação Social, mais especificamente relacionados à mídia esportiva, estes se voltam à análise da produção midiática (ênfase nos meios emissores e suas mensagens). Nota-se, desta maneira, uma certa incipiência nos estudos que se propõe ao campo da recepção. (PIRES et al, 2006a).

¹⁶ Trata-se, segundo Belloni (2001) “de um novo campo de saber e de intervenção, que vem se desenvolvendo desde os anos de 1970 no mundo inteiro (...) cujos objetivos dizem respeito à formação do usuário ativo, crítico e criativo de todas as tecnologias de informação e comunicação.” (p. 12). Fantin (2006, p. 31) acrescenta que “a educação para as mídias é uma condição de educação para a cidadania, um instrumento para a democratização de oportunidades educacionais e de acesso ao saber, o que contribui para a redução das desigualdades sociais.”

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

Sobre isso, Fantin (2006) explora em sua obra um vasto conteúdo sobre o tema da *mídia-educação*, apresentando e discutindo sobre conceitos, experiências e diálogos sobre a realidade brasileira e italiana. Apesar de nesta pesquisa situarmos a *mídia-educação* e a *educação para as mídias* como sinônimos (pois aqui estamos preocupados mais com uma leitura ativa e crítica da produção midiática, e não tanto com a produção), a autora esclarece que o primeiro termo é algo mais conceitual, trata-se de um novo contexto que surge da interface entre educação e comunicação, “dois campos em igualdade de espaços e sem hierarquizar um termo em detrimento de outro.” (FANTIN, 2006, p. 34). Já o termo *educação para as mídias*, segundo ela, “pode envolver tanto uma abordagem de leitura crítica e reflexiva sobre as mídias como seu uso instrumental.” (Id.)

Neste sentido, pode-se tornar os jovens como “tradutores” das mensagens midiáticas, permitindo-os interpretar/compreenderem o que lhes é “transmitido”, e assim, possibilitando-lhes ser mais esclarecidos a respeito de suas realidades.

Desta maneira, acredita-se que os profissionais que atuam na Educação Física Escolar poderão avançar ainda mais se refletirem suas práticas, acessando novos conhecimentos e experimentando novas ações como, por exemplo, essa relação entre esporte e mídia.

Assim, é imprescindível que estudos sejam feitos e disseminados no meio acadêmico e escolar para que não se tenha uma visão nem “apocalíptica” (ECO, 1970), que ressalta modos perversos/negativos das mídias em geral, tampouco “integrada” (Ibid.), sem análise aprofundada, de visão otimista e ingênua. É preciso, conforme Pires (2003, p. 19-20), que se “afine o olhar” sobre a mídia, isto é, que se inclua no processo ensino-aprendizagem da área “elementos conceituais e técnicos capazes de levá-los [os cidadãos] a reconhecer e interpretar criticamente a mensagem do discurso midiático, a fim de se relacionarem autonomamente com ela.”

Segundo Betti (2003, p. 93), a literatura recente recomenda “que os recursos das mídias sejam utilizados não como um fim em si mesmo, mas subordinados aos objetivos e conteúdos do ensino”, de modo crítico e contextualizado, levando-se em consideração que as produções das mídias estão presentes na vida dos alunos.

Assim se mostra como necessária a realização de estudos como este, os quais contemplem a relação entre esporte e mídia, mas que se voltem com um olhar mais aprofundado para o campo do receptor, que tem no tema “esporte” um vasto campo de possibilidades para entender a cultura e a sociedade da qual faz parte, uma vez que este assunto está muito presente em nosso contexto, e boa parte dessa inserção acontece em decorrência do papel da mídia.

Este estudo é necessário porque há relevância e necessidade em se estudar o que os jovens fazem com o discurso midiático-esportivo, ou seja, a recepção, considerando-se que possuem a capacidade de (re)significarem tais produções. Importante salientar que tal pesquisa não trouxe riscos e desconfortos aos participantes, ao contrário, esperamos que sua realização tenha repercutido de maneira benéfica quanto à reflexão sobre esporte e mídia, aproveitando este momento em que o Brasil foi palco de um grande evento esportivo.

Como relevância social, a contribuição que esta pesquisa pode dar não só à Educação Física (seja ela acadêmica ou escolar) é a de apresentar aos professores e pesquisadores que constituem este campo de conhecimento e intervenção um panorama de um contexto específico que mostra como necessária a integração na Educação Física de novas formas de intervir e que façam uso daquilo propagado pela mídia-educação, ou seja, aspectos da realidade que são bastante tratados pela mídia em geral e que se tornam “conteúdos” de uma aula de Educação Física, contribuindo na formação de indivíduos mais ativos, críticos e reflexivos, levando-os em direção de uma verdadeira cidadania.

Por ser um estudo que tem um enquadramento teórico-metodológico ainda pouco pesquisado – uma pesquisa de recepção na Educação Física Escolar voltada à compreensão do agendamento esportivo realizado pelo discurso midiático-esportivo – cujo objetivo é a explicação de um caso particular e não a generalização do mesmo, esta pesquisa poderá gerar outros estudos de recepção aplicáveis a outros grupos escolares em diferentes contextos, contribuindo ainda mais para o fortalecimento desta temática dentro da Educação Física e na reflexão/ação de outras formas de intervenção.

1.2 – O problema de pesquisa

O problema de pesquisa que se apresenta neste momento, colocadas as primeiras considerações, a justificativa e relevância do estudo, resulta em uma pergunta de partida que servirá como orientadora durante o processo investigativo, em seus aspectos teórico-conceituais e metodológicos.

Assim, considerando-se a Educação Física Escolar como uma intervenção pedagógica que pode ir além da “prática pela prática”, tal como instituição mediadora, e essa relação tão próxima entre esporte e mídia atualmente, o problema de pesquisa aqui colocado é o seguinte: *como os jovens estudantes expressam a sua compreensão a respeito do discurso midiático-esportivo dos Jogos Pan-Americanos no Brasil em 2007?*

Importante ressaltar que não vai haver uma definição de qual mídia será enfatizada no estudo, pois se entende aqui o conjunto da mídia, ou seja, o foco é o conjunto “mídia” como todas as formas de intermediação tecnológica. Importa, nesta pesquisa, o discurso midiático-esportivo como uma totalidade, abarcando, portanto, a televisão, o rádio, a internet, a mídia impressa e quaisquer outras fontes de informações passíveis de serem acessadas pelos sujeitos da pesquisa.

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

1.3 – Objetivo central do estudo

Objetivou-se por meio deste estudo compreender como os jovens estudantes expressam a sua compreensão a respeito do discurso midiático-esportivo realizado para o agendamento dos Jogos Pan-Americanos no Brasil em 2007 de acordo com seus contextos sócio-culturais.

1.4 – Questões de investigação

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

- ✓ Os contextos sócio-culturais nos quais os jovens se inserem têm ou não influência na compreensão do discurso midiático-esportivo referente aos Jogos Pan-americanos?
- ✓ Os jovens percebem interesses implícitos nos discursos, como, por exemplo, a questão do consumo, a mercadorização do esporte, a utilização política dos Jogos, entre outros?

- ✓ São percebidas pelos jovens as estratégias midiáticas de criação de ídolos, espetacularização, os tensionamentos da relação local/global?
- ✓ Quais as possíveis repercussões desses discursos para a prática pedagógica da Educação Física como componente curricular integrado ao projeto político-pedagógico da Escola?

II – ELEMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

2.1 – Cultura esportiva e televisão

O esporte, tal como o entendemos hoje, é de origem inglesa, tendo existido desde o século XVIII, a partir da Revolução Industrial. Nasce, portanto, com a sociedade industrial, sendo inseparável de suas estruturas e funcionamento. Foi se estruturando e organizando de acordo com a evolução do capitalismo mundial e assumiu forma e conteúdo que refletem a ideologia burguesa. (PRONI, 2002)

Atualmente, o esporte pode ser percebido como um produto mercadológico, uma mercadoria que pode ser consumida no dia-a-dia, principalmente enquanto sua forma atual de manifestação – a midiaticizada – que seria a forma como a mediação eletrônica, na figura onipresente¹⁷ da televisão, oferece ao público as manifestações esportivas e o seu consumo. (PIRES, 2001)

O esporte contemporâneo passou a ser um conteúdo apropriado às novas tecnologias, principalmente à televisiva, e o uso destas “naturalizou-se” na vida das pessoas, ocupando seus tempos de lazer, ou o chamado *lazer midiático*, que é caracterizado pelo entretenimento e pelo consumo. Esse esporte que conhecemos passou a ser orientado pelos códigos e sentidos inerentes à mídia, ou seja, por meio da mercadorização (serialização – produção em grande escala; e estandardização – padronização na produção) e espetacularização (espetacularizar através dos recursos das modernas tecnologias).

A principal característica do esporte atual é a sua espetacularização (esporte-espetáculo) que, conforme Rodrigues e Montagner (2003, p. 3), “é o desporto praticado no alto rendimento¹⁸, que é reproduzido por diferentes meios de informação, sendo o mais poderoso a mídia eletrônica (rádio, televisão, Internet) para o esporte educacional e para o participativo.”

¹⁷ Segundo Fadul (s.d., p. 58), a televisão tem grande difusão no território brasileiro, chegando a quase todos os lares, o que indica ser “impossível compreender a sociedade brasileira sem compreender este veículo.”

¹⁸ Entendemos que esta afirmação que correlaciona o espetáculo esportivo apenas ao esporte de alto rendimento precisa ser relativizada, pois nem sempre ela acontece. Por exemplo, os Jogos Para-Pan-americanos Rio-2007, considerados de alto rendimento para atletas portadores de necessidades especiais não foram espetacularizados (não tiveram transmissão ao vivo em televisão aberta). Também ocorre que atividades esportivas de lazer e os esportes na natureza, que não podem ser considerados como esportes de alto rendimento, passaram, ultimamente, a compor este cenário do *espetáculo*.

Ainda para este autor, essa mercadorização do esporte (o próprio esporte-espetáculo) “é 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.” (Id.)

Esse processo de espetacularização 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), ao afirmar que a vida político-social também é moldada pelo espetáculo e que a cultura da mídia acaba 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).

Para este mesmo autor, que tem seus estudos influenciados nas análises do francês Guy Debord (década de 60), o qual cunhou o conceito de “sociedade do espetáculo”, (um conceito abrangente que descreve a mídia e a sociedade de consumo, desde produção, promoção, exibição de mercadorias e produção, além de seus efeitos) existem:

Muitos níveis e categorias de espetáculos. Os megaespetáculos são definidos quantitativa e qualitativamente, e dominam as manchetes, o jornalismo e a agitação da Internet. São destacados e enquadrados como eventos-chave de uma era (...). Os megaespetáculos são aqueles fenômenos que dramatizam controvérsias e embates, assim como os modos de resolução de conflitos. Incluem coberturas exageradas de eventos esportivos e políticos e outros acontecimentos. A própria produção de notícias também está sujeita à lógica do espetáculo, em uma época de sensacionalismo, tabloidização, escândalos e contestações políticas. (KELLNER, 2006, p. 122)

Ainda para Kellner (2006, p. 128):

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 com os jogadores e espectadores, sorteios, promoções e competições envolvendo os produtos de diversos patrocinadores.

Pires (2002) fala em duas etapas do processo de transformação do esporte em espetáculo. A primeira fase foi aquela em que o esporte se adaptou à linguagem televisiva para alcançar maior eficácia no seu papel (em que se permitiu a inclusão de publicidade nos uniformes e alterações nas regras de diversas modalidades para que se moldassem à programação televisiva – um bom exemplo disso foi o que aconteceu com o voleibol brasileiro¹⁹, com suas transformações mercadológicas, principalmente a partir da década de 80). Já a segunda fase, a atual, é “uma etapa aguda, em que sua reapropriação social [do esporte] é proporcionada, preferencialmente, pelos meios de comunicação de massa.” (PIRES, 2002, p. 91)

Com o que já foi apresentado até aqui, podemos dizer que a forma atual de conhecer o esporte, a midiática (o esporte na televisão) ou, segundo Betti (1998; 2005), o *esporte telespetáculo*, é a maneira como a televisão²⁰ constrói os discursos sobre o esporte, configurando-se como uma nova modalidade de consumo para a sociedade, tendo em vista a sua linguagem audiovisual e a utilização dos mais modernos recursos na transmissão dos eventos esportivos, considerando-se que “já não é possível se referir ao esporte contemporâneo sem associá-lo aos meios de comunicação de massa (para os quais utilizaremos o termo genérico ‘mídia’).” (BETTI, 1998, p. 31)

De acordo com Betti (2005, p. 85), o *esporte telespetáculo*, em sua definição, seria:

Como uma realidade textual relativamente autônoma, construída pela codificação e pela mediação dos eventos esportivos efetuadas pelo enquadramento das câmaras televisivas, edição das imagens e comentários, e sons e efeitos gráficos-computacionais acrescentados a elas.

A telespetacularização tem como característica principal a virtualização²¹, processo que ocorre não só no esporte, mas em todos os âmbitos da sociedade. No mundo esportivo, há uma “relação simbiótica entre TV e esporte, com uma dependendo da outra” (BETTI, 1998 citado por ESCHER, 2005, p. 27). Tal dependência está ligada “especialmente ao plano econômico.” (BETTI, 1998, p. 33), já que a mídia precisa do esporte como um produto de consumo em sua programação (e nisso está atrelada também à publicidade, com os anúncios

¹⁹ Mezzaroba (2004).

²⁰ Ferrés (1996) escreve que a televisão é um agente de consumo, incitando-o (por meio da publicidade, com a venda de idéias, valores e produtos em seus programas) e, além disso, vivendo como consumo.

²¹ Recursos técnicos como o *replay* (repetição de cenas e lances espetaculares ou polêmicos logo após o acontecimento) e sua combinação com o *slow-motion* (câmera lenta), bem como o recurso do *close* (enquadramento da imagem) são os mais importantes no processo que torna qualquer modalidade esportiva telespetacularizada. (BETTI, 1998).

publicitários e o interesse comercial em estimular o consumo dos produtos esportivos) e, em contrapartida, o esporte precisa da mídia para sua divulgação e ampliação de suas estruturas.

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

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

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

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

É claro que a relação entre o assistir e o praticar o esporte precisa ser compreendida de forma dialética. A assistência precisa ser refletida e criticada, sem, no entanto, que isso leve à perda do prazer em assistir o espetáculo esportivo, tanto quanto em praticá-lo. Assim, os sujeitos (telespectadores) não deixariam de assistir o telespetáculo esportivo muito menos de praticar modalidades esportivas, mas seriam capazes de estabelecer uma crítica em relação ao que se coloca como espetáculo.

Tal opinião é reforçada por Betti (1998, p. 35) ao considerar que o esporte telespetáculo, construído e divulgado pela televisão, gera novas implicações para a sociologia do esporte e para o lazer, “pois há diferenças na experiência de assistir ao esporte como testemunha corporalmente presente, nos estádios e nas quadras, e pela televisão, em casa, confortavelmente sentado no sofá.”

Uma outra peculiaridade do esporte telespetáculo que merece atenção se refere à questão dos ídolos ou das celebridades esportivas, os quais, para Kellner (2006, p. 126):

são as divindades fabricadas e administradas. São ícones midiáticos e deuses e deusas da vida cotidiana. Para se tornar uma celebridade, é necessário o reconhecimento como uma estrela no campo do espetáculo, seja com esportes, entretenimento, negócios ou política. (...) espetáculos sempre contêm dramas de celebridades que atraem a atenção do público e que podem até mesmo definir uma época.

É necessário considerar também a idéia de *cultura esportiva* ao se tratar do esporte telespetáculo e de sujeitos receptores, ainda mais em tempos de grandes eventos esportivos, como o ocorrido quando da realização dos Jogos Pan-americanos Rio-2007. Isso porque tal conceito permeia os significados referentes ao mundo esportivo na sua propagação pela mídia em geral (principalmente) e também como um aspecto que está inserido no cotidiano de boa parte da população.

Pires (2002, p. 42) conceitua *cultura esportiva* como:

o conjunto de ações, valores e compreensões que representam o modo predominante de ser/estar na sociedade globalizada, em relação ao seu âmbito esportivo, cujos significados são simbolicamente incorporados através, principalmente, da mediação feita pela indústria da comunicação de massa.

De forma sintética, podemos dizer que a cultura esportiva, como parte integrante de uma cultura contemporânea globalizada, tende a universalizar as diferentes manifestações esportivas, padronizando práticas, regras, discursos e comportamentos – através da contribuição decisiva da indústria de comunicação de massa.

A *cultura esportiva*, portanto, refere-se aos saberes e aos fazeres relacionados à relação entre esporte e mídia no cotidiano das pessoas e também na Educação Física Escolar.

Reconhecendo que as crianças e os adolescentes acabam sendo influenciados, de certa forma, por este modelo esportivo que é disseminado pelo “esporte-telespetáculo”, principalmente na questão do consumo, e que isso acaba repercutindo também nas aulas de Educação Física Escolar, é necessário que se “olhe” de forma mais atenta e crítica para essa problemática, opinião corroborada por Rodrigues e Montagner (2003, p. 14), quando os mesmos escrevem que:

A Educação Física Escolar, no geral, vem sendo confundida e baseada em um recorte essencialmente voltado ao esporte, reproduzindo o discurso da mídia, transformando seus alunos cada vez mais em consumidores do esporte-espetáculo, subordinados a uma pedagogia tecnicista e seletiva.

Assim, podemos dizer que é inegável o papel que a mídia tem em espetacularizar o mundo esportivo (e outras esferas também), por meio das mais diversas formas, a fim de cada vez mais transformar as modalidades e eventos esportivos em produtos a serem consumidos pelas crianças, jovens e adultos.

À Educação Física Escolar cabe, portanto, um papel mediador que possibilite aos seus participantes um olhar mais amplo, que reflita e não se submeta ao consumismo exacerbado e induzido, através da compreensão e análise crítica do discurso midiático-esportivo realizado pela mídia em geral. Compartilha-se, assim, da opinião de Betti (1998, p. 151) ao sugerir que “contribuir para a formação de um espectador crítico, inteligente e sensível é mais uma tarefa que se impõe à Educação Física e a seus profissionais, o que lhes aumenta a responsabilidade como elementos dinâmicos da cultura.”

Fazendo-se isso, a Educação Física Escolar, na condição de mediadora entre os conhecimentos que lhe são intrínsecos e a realidade, na ação com seus sujeitos (alunos), estaria no caminho daquilo que é proposto por Martín-Barbero (2006, p. 67), o qual nos diz que precisamos ir “em direção a uma compreensão do que a mediação das imagens produz socialmente, único modo de poder intervir sobre esse processo.”

2.2 – A hipótese da agenda-setting e a mediação escolar

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

Esse modelo anterior, chamado de *paradigma dos efeitos limitados*, foi criado pelo sociólogo Paul Lazarfeld e seus colegas ao observarem o poder de persuasão (efeitos específicos e de curto prazo) das campanhas veiculadas pelos meios de comunicação, modelo que dominou o campo da comunicação por algumas décadas. (ARAÚJO, 2005; PORTO, 2003; TRAQUINA, 2001)

A *teoria dos efeitos limitados*, de acordo com Traquina (2001, p. 16-17), “tornou-se o paradigma dominante no princípio dos anos 60, apesar da existência de outras posições importantes, como a defendida pela escola crítica”.

Ainda anterior a este paradigma dos efeitos limitados foi o *paradigma da teoria hipodérmica*, o primeiro paradigma dos estudos dos efeitos da mídia, o qual surgiu no período da Primeira Grande Guerra Mundial, quando os pesquisadores da *communication reserach* procuravam compreender os efeitos da propaganda neste período, face às características da época, ou seja, à efetivação da sociedade de massas e ao crescente isolamento do indivíduo. (TRAQUINA, 2001; GOMES e COGO, 1998)

A chamada *teoria da agulha hipodérmica* defendia “uma relação direta entre a exposição às mensagens e o comportamento: se uma pessoa é ‘apanhada’ pela propaganda, pode ser controlada, manipulada, levada a agir.” (WOLF, 2001, p. 28)

Tal paradigma considerava que no processo comunicativo existia um sujeito ativo que emitia o estímulo e um sujeito passivo que se “impressionava” por esse estímulo, e assim reagia instantaneamente, similar à *teoria behaviorista* (modelo de condicionamentos por estímulos e respostas). (WOLF, 2001)

Desta forma, acreditava-se na instantaneidade e na inevitabilidade dos efeitos da mídia sobre as massas, os quais “aconteciam em todas as pessoas, fossem quais fossem os atributos sociais ou psicológicos dos indivíduos; e todas as pessoas eram membros iguais de uma audiência de massas que respondia de forma igual a todos os estímulos midiáticos.” (TRAQUINA, 2001, p. 15)

Wolf (2001, p. 140) acredita que “este paradigma está hoje profundamente modificado e alguns dos seus pressupostos foram abandonados ou transformados, isto é, passou-se dos efeitos entendidos como mudanças a curto prazo para os efeitos entendidos como conseqüências de longo prazo.”

Como se viu na introdução deste estudo, no início dos anos 80, com a transição nos estudos de comunicação de massa (essa modificação dos efeitos da mídia baseada na questão temporal e na forma de assimilação por parte das pessoas), surge a hipótese²² do *agenda-setting*, criada por MacComb e Shaw (EUA), a qual defendia que:

Em conseqüência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir aquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte de perto a ênfase

²² Segundo Newton da Costa (1977) citado por Santaella (2001, p. 46) é necessário que se distingam os termos *hipótese* e *teoria*. O primeiro refere-se a uma suposição que se faz, não testada de modo intensivo e conclusivo, sem status científico definitivo. Já o segundo são suposições já estabelecidas, tidas como verdadeiras ou aproximadamente verdadeiras.

atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW²³ apud WOLF, 2001, p. 144).

Seu surgimento aconteceu por meio de uma pesquisa publicada em 1972, em que McCombs e Shaw selecionaram cinco jornais diários e analisaram, paralelamente, as opiniões desses veículos comunicacionais com as opiniões de uma amostra composta por 100 (cem) eleitores indecisos. O assunto era a eleição presidencial norte-americana de 1968, e eles perceberam que havia forte correlação entre a opinião dos eleitores com o que a mídia atribuía como importante (o grau de importância que os meios de comunicação atribuía a determinados assuntos). (ARAUJO, 2005; PORTO, 2003; TRAQUINA, 2001)

Para entender a respeito do processo do agendamento é necessário conhecer a literatura de três componentes que compõem este tal processo, que são: *agenda midiática* (que compreende os estudos dos conteúdos mídia), *agenda pública* (são os estudos que conceituam a relativa importância dos diversos acontecimentos e assuntos por parte do público) e *agenda das políticas governamentais* (estudo da agenda das entidades governamentais). (TRAQUINA, 2001)

Na classificação proposta por Ruótolo (1998, p. 158), a perspectiva da *agenda-setting* estaria incluída nas perspectivas atitudinais – “pauta” –, cujo foco de interesse está “na eventual habilidade dos meios de comunicação de influenciar a opinião dos receptores. As atitudes são definidas como sendo a predisposição do indivíduo de agir de uma determinada maneira.”

De acordo com Santaella (2001), a formação da realidade social, na perspectiva da *agenda-setting*, é desempenhada através dos editores e programadores, pela responsabilidade que têm na seleção e classificação das informações. Ao constituírem este campo jornalístico, tais profissionais²⁴ geram, em seu conjunto e com outras relações, “um produto conhecido como a informação.” (TRAQUINA, 2001, p. 20)

Informação esta que é “tratada” por algum ator que presencia algum acontecimento e ajuda a torná-lo público para a população em geral. Aí decorre a idéia de que há determinados interesses em promover certas ocorrências (ou ocultá-las) e que existe uma intencionalidade que está ligada a uma parte significativa de acontecimentos. (TRAQUINA, 2001)

²³ SHAW, E. (1979). Agenda-setting and mass communication theory. *Gazette* (International Journal for Mass Communication Studies), vol. XXV, nº 2, pp. 96-105.

²⁴ A pesquisa *Percepção pública da Ciência e Tecnologia* (2006), realizada pelo Ministério de Ciência e Tecnologia, ao fazer a pergunta sobre credibilidade das fontes de informação, ou seja, quem inspira maior confiança como fonte de informação à população brasileira, apontou que os *jornalistas* aparecem em segundo lugar, com 42% das indicações, só perdendo para os *médicos*, com 43% das respostas. Disponível em: <http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/50875.html>. Acesso: 20 out. 2007.

Esta maneira de se “reconstruir a realidade”, característica do jornalismo, também é tratada por Bordenave (2004), autor que atribui aos repórteres esta tarefa, quando, no seu trabalho com a notícia jornalística, reconstroem a realidade selecionando “apenas os aspectos que lhes parecem relevantes, deixando de fora outros” (p. 89-90) e, ao fazerem isto, acabam projetando no material produzido seus próprios significados conotativos sobre o evento que estão cobrindo/acompanhando.

Decorre-se, com isso, a afirmação de Martín-Barbero (2006, p. 70) de que:

As tecnologias não são neutras, pois hoje, mais do que nunca, elas constituem grupos de condensação e interação de interesses econômicos e políticos com mediações sociais e conflitos simbólicos.

Orozco (1997) também compartilha da mesma opinião que Martín-Barbero, pois, para aquele autor, nas informações veiculadas pelos meios de comunicação de massa não há neutralidade.

Ainda sobre esta maneira que a mídia em geral, mais especificamente seus diretores, têm em apresentar a realidade às pessoas, Bordenave (2004, p. 90) afirma também que:

Os meios que manejam signos visuais e auditivos, tais como o cinema e a televisão, possuem ainda maior margem de reconstrução da realidade do que os meios escritos. Eles podem chegar a criar uma “atmosfera” (romântica, de terror, de comicidade) que predispõe o público a perceber a realidade da maneira desejada pelo diretor.

Betti (1998, p. 35) também considera este trabalho de produção midiática como algo que vai além da simples apresentação da realidade, mais especificamente no âmbito esportivo, ao afirmar que “embora a mídia afirme apresentar os eventos esportivos objetivamente, alegando reproduzir a realidade, a fase de produção, antes que o programa alcance o telespectador, envolve considerável construção seletiva e interpretação.”

Ainda sobre esta “construção da realidade” na perspectiva da *agenda-setting* e o campo esportivo, o mesmo autor citado anteriormente afirma que:

A televisão não apenas seleciona eventos esportivos e imagens sobre eles, mas fornece definições do que foi selecionado; ela interpreta os eventos para nós, fornece uma estrutura de significados na qual o evento faz sentido. Ou seja, a televisão não consiste meramente em imagens, também envolve comentários sobre as imagens, que explicam o que estamos vendo. (CLARKE E CLARKE, 1982 citado por BETTI, 1998, p. 61)

Outra característica da *agenda-setting* é que ela “não defende que os *mass media* pretendam persuadir” (SANTAELLA, 2001, p. 36), mas têm a pretensão de apresentar ao público aquilo sobre o qual é necessário ter uma opinião e discutir. Seu pressuposto fundamental “é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos *mass media*”. (Ibid, p. 37)

Wolf (2001) apresenta três características importantes da relação entre a ação da mídia e o conjunto de conhecimentos sobre a realidade social, que são: a *acumulação* (poder da mídia para criar e manter a relevância de um tema); a *consonância* (mensagens mais semelhantes que dessemelhantes); e a *onipresença* (difusão quantitativa dos meios de comunicação de massa e o caráter particular do saber público).

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

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, já que há uma multiplicidade das agências. Graças a essa “força”, nossas vidas seriam conseqüências desse poder agendador. Apesar disso, é reconhecido que mesmo esse poder tem suas limitações. Segundo o mesmo autor, “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.” (FAUSTO NETO, 2002, p. 11-12)

Para Ferreira (2005), a *hipótese do agenda-setting* não consiste em detectar “como” a mídia faz o público pensar, mas no “o que” o público deve pensar. Isso ocorre por meio da tematização proposta pelos meios de comunicação, que seria a *ordem do dia* – assuntos da agenda do público – e que levaria, portanto, a “uma relação direta e íntima entre a agenda mediática (*sic*) e a do público, efetuada pela ordem do dia e pela hierarquização temática.” (p. 4)

Conceitualmente, as *agendas*, de acordo com Fausto Neto (2002, p. 13), “são dispositivos de poder que os campos põem em movimento para se fazer poder à sua maneira”. Já o agendamento “é um trabalho discursivo que passa pelo modo de dizer de cada veículo, e

é também nessa peculiaridade do modo de tratar a realidade com que cada jornal cria vínculos com seu leitorado, e também a maneira pela qual outros campos sociais atribuem confiabilidade ao dito do jornal.” (Ibid., p. 16)

Ainda com relação às informações veiculadas pelas *mídias*, atualmente a teoria da *agenda-setting* pode ajudar a compreender a veiculação de notícias. Segundo esta teoria, (*agenda*²⁵ – pauta, ordem do dia; e *setting* – arranjo, disposição, relação entre elementos que não é visual) não há uma intervenção direta da mídia no comportamento dos indivíduos, o que ocorre é uma certa influência no modo como construímos/percebemos a imagem da realidade.

Neste caso, entre tantos outros, significa dizer que se trata de um equívoco pensar que a *mídia* condiciona (ou influencia/manipula de forma direta as pessoas), como acreditava a *teoria hipodérmica*²⁶. Se assim fosse, as pessoas seriam seres passivos diante das mídias, mecanismo este que, de fato, não é assim que funciona.

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” (conforme 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.

Bordenave (2004, p. 21-22) compartilha do entendimento de que há outros espaços, além do midiático, que permite a comunicação na sociedade, ao considerar que:

Importantes como eles são, é um erro, porém, considerar os meios de comunicação social como representando o maior vulto na comunicação global da sociedade. Uma maior proporção desta [comunicação] acontece na vida familiar e de relação diária entre as pessoas, no trabalho, na recreação, no comércio e no esporte.

O que ocorre é a *mediação*²⁷ (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,

²⁵ “O termo *agenda* é definido como *uma lista de questões e acontecimentos que são vistos num determinado ponto no tempo e classificados segundo uma hierarquia de importância*” (grifo do autor). (Rogers e Dearing, 1988, p. 565 citado por Traquina, 2001, p. 47).

²⁶ Assim chamada, há algum tempo atrás, por se acreditar que os efeitos (ou mudanças) a curto prazo dos *meios de comunicação de massa* com relação aos seus “destinatários” se dava numa “relação direta entre a exposição às mensagens e o comportamento: se uma pessoa é ‘apanhada’ pela propaganda, pode ser controlada, manipulada, levada a agir.” (WOLF, 2001, p. 28).

²⁷ Conceito difundido por Jesus Martín-Barbero, que se refere à mediação como a instância cultural em que os sujeitos/telespectadores produzem e se apropriam do significado e do sentido da comunicação. Já Guillermo Gómez Orozco dá uma operacionalidade ao conceito, nomeando-o “dialética da recepção” ou das “múltiplas mediações”. (LISBOA, 2004)

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-Barbero²⁸ (nascido na Espanha, mas colombiano por adoção) 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 sócio-culturais, sendo a cultura, portanto, a mediadora do processo midiático (as mensagens midiáticas chegam às pessoas “filtradas” pelos seus elementos culturais).

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 Canclini (autor que construiu uma teoria sociocultural do consumo); o também mexicano Jorge González (com a denominada *frentes culturais*); e a organização não-governamental chilena CENECA – Centro de Indagación y Expresión Cultural e Artística – que cunhou o termo *recepção ativa*. (JACKS e ESCOSTEGUY, 2005; JACKS e TUFTE, 1998; FERNANDES, 2005; GUEDES, 1998)

Segundo Ruótoló (1998), as respostas dos receptores àquilo que é veiculado pelos meios de comunicação podem ser classificadas em quatro grupos: (a) respostas de exposição; (b) respostas de recepção; (c) respostas atitudinais; e (d) respostas comportamentais.

Dentro da perspectiva dos estudos de audiência, ou das respostas que os indivíduos de forma individual e heterogênea dão aos veículos comunicacionais, foca-se, nesta pesquisa, os

²⁸ Para saber mais a respeito deste autor, a obra *Comunicação, cultura, mediações: o percurso intelectual de Jesús Martín-Barbero*, organizada por José Marques de Melo e Paulo da Rocha Dias é uma excelente fonte de informação.

estudos de recepção, perspectiva que trata “de entender as respostas da audiência *depois* (grifo meu) que a exposição ocorre”. (RUÓTOLO, 1998, p. 154)

Muitas vezes e em determinadas situações e contextos, as respostas dos indivíduos frente às mensagens midiáticas não se dão apenas “depois” da recepção, como argumenta Ruótolo no parágrafo anterior – pois há casos também em que se pode estudar o que ocorre “durante” a recepção. Por isso, a pesquisa de recepção não deve ser entendida como uma simples relação causa-efeito, é algo mais complexo e que merece uma atenção maior, pois pode ser realizada, também, estudando os sujeitos ao longo da exposição. Um exemplo disso seriam os estudos de recepção que procuram ver como a audiência se reconhece com os produtos culturais existentes (uma *etnografia da recepção*). Também se deve considerar o que ocorre “antes” da recepção em si, isto é, o que leva ou motiva os indivíduos a se interessarem por determinado programa ou conteúdo midiático.

Assim, de acordo com Orozco (2001)²⁹ apud Fernandes (2005), devemos considerar que “a recepção televisiva é um processo coletivo e ultrapassa o instante em que se está diante da TV. A recepção se dá muito pela interação antes, durante e depois do contato com a TV.” Apesar de a autora especificar o veículo televisivo, devemos considerar que este processo acaba acontecendo com os demais veículos midiáticos (rádio, jornal, revistas, internet entre outros).

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).

Já o seu uso nos *estudos latino-americanos de recepção* foi primeiramente e amplamente tratado por Jesús Martín-Barbero³⁰(1987), citado por Orozco (1993, p. 60), sendo

²⁹ OROZCO, Guillermo Gómez. **Televisión, audiencias y educación**. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, Grupo Editorial Norma, 2001.

³⁰ MARTIN-BARBERO, Jesus. **De los medios a las mediaciones**. G. Pili Ed., México, 1987.

conceituada, a mediação, “como esa instancia cultural desde donde el tele-auditorio produce y se apropia del significado y del sentido.”

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.

Ainda para Jacks (1999), o papel das mediações aparece na relação (que não é direta) entre o emissor e o receptor, sendo essas mediações múltiplas e de origens diversas.

As mediações configuram-se, nas palavras de Ruótoló (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)

Também é necessário, segundo Traquina (2001, p. 26), que se considerem “outros fatores, tais como a experiência directa e as conversas interpessoais”, pois ambas estão relacionadas às mediações e colaboram com a formação da agenda de cada pessoa. Ainda para este autor, “o impacto da função do agendamento não é igual para todas as pessoas e depende da necessidade de orientação” (Ibid., p. 37), ou seja, para aquelas pessoas que necessitam de mais informações “orientadoras” embasadas nos veículos midiáticos há uma tendência da mídia em geral fazer muito mais do que apenas reforçar as crenças pré-existentes.

Procurando completar o quadro teórico respectivo às mediações, convém, neste momento, apresentar a forma sistematizada por Orozco (1993) para operacionalizar as várias e distintas mediações, ou seja, a *Dialética das múltiplas mediações* ou *Multimediações*.

Orozco (1993) construiu uma tipologia³¹ que sugere quatro grupos de diferentes mediações, que são:

- 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, a “política da sala”, os cenários da rua e da escola, situação sócio-econômica (situação econômica, classe social, grau de instrução e diversidade de fontes de informação), 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. Como exemplo deste tipo de mediação, podemos citar: 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. Até porque, como nos diz Martín-Barbero (2006, p. 56):

³¹ 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 citado por OROZCO, 1993, p. 68; DALMONTE, 2002, p. 85).

A escola está deixando de ser o único lugar de legitimação do saber, já que há uma variedade de saberes que circulam por outros canais, difusos e descentralizados. A diversificação e a difusão do saber, fora da escola, são dois desafios mais fortes que o mundo da comunicação propõe ao sistema educativo.

Torna-se importante valorizar a mediação institucional realizada pela escola³², mais especificamente aquela realizada pela Educação Física Escolar em suas práticas pedagógicas (mas não só as práticas pedagógicas da Educação Física – deve-se considerar preferencialmente o conjunto de disciplinas que abarcam todo o conhecimento escolar), pois poderá possibilitar a abertura de um espaço de ressignificação de seus conteúdos/saberes/temas/propostas.

Isto porque a Educação Física Escolar, como uma disciplina que compõe os currículos escolares, deve atentar para práticas (práticas aqui não entendidas apenas como a compreensão restrita do termo, de “atividades práticas”) que vão ao encontro de uma pedagogia mais crítica e emancipatória, sem esquecer do seu papel educacional em tempos em que a mídia (talvez) possui mais poder de persuasão junto aos jovens (e por que não junto à maioria da população em geral?).

A partir dessa visão mais ampla a respeito do *conceito de agenda-setting* e da *mediação* apresentada neste tópico, passamos em seguida a tratar do *agendamento esportivo*, considerando as ações, intencionalidades e a forma como tal processo de construção de notícias é transformado de acordo com o “modo de dizer” de cada veículo midiático, que produz um discurso midiático-esportivo próprio, e assim realiza o seu *agendamento*.

Aproveitando a organização e realização de um grande evento esportivo aqui no Brasil no ano que passou, ou seja, os Jogos Pan-americanos Rio-2007, podemos dizer que foi um momento muito oportuno para a realização de uma pesquisa de recepção na esfera da Educação Física, cujo objetivo foi o acompanhamento do processo de agendamento dos jogos realizados através do discurso midiático-esportivo, sob a ótica de um pequeno grupo de alunos.

A seguir, então, a fim de completar o quadro teórico de referência deste estudo, exploramos mais especificamente o que vem a ser o chamado *agendamento esportivo* e algumas de suas características.

³² Principalmente porque a escola “é hoje um dos raros espaços de convívio social no qual as crianças [jovens em geral] podem conviver entre si e, assim, produzir cultura”. (FERNANDES, 2005).

2.3 – O agendamento esportivo

Traquina (2001) procura, em sua obra, fazer algumas atualizações em relação ao conceito do *agendamento*. Muito mais abrangente que a simples relação causal entre a agenda jornalística e a agenda pública (como era logo após o surgimento desta hipótese teórica – em que se preconizava a influência da primeira sobre a segunda, através do destaque dado a certas questões/acontecimentos, como notícias), o conceito de *agendamento*, segundo o autor, foi cada vez mais se alargando e complexificando, tornando-se útil não só ao campo político (muito se diz que a *teoria do agendamento* é bastante pertinente para a comunicação política), mas também às outras questões de nosso cotidiano, como as relativas ao esporte, à economia, à ecologia entre outras.

Uma dessas atualizações que abarcam o *conceito de agendamento* refere-se ao que Traquina (2001) chama de *enquadramento do acontecimento*, ou seja, a própria construção e realização do processo de agendamento. Neste processo pode ocorrer uma *cobertura de saturação*, “isto é, a proeminência do acontecimento como notícia (destaque) e a continuidade como assunto noticiável.” (Ibid., p. 42)

Vale a pena mencionar, neste momento, de forma apenas pontual, para exemplificar, que o agendamento esportivo realizado em torno dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, através do discurso midiático-esportivo (e de outras áreas como economia – infra-estrutura, segurança e turismo –; política – participação das três esferas governamentais na promoção do evento entre outras) *enquadrou* o referido evento como um grande espetáculo, talvez com proporções muito maiores do que na realidade ele se prestava. Ainda sobre isso ficou manifesta a *cobertura de saturação* em relação às notícias sobre os Jogos, muito anterior ainda à realização do evento e à continuidade destes destaques no decorrer do mesmo, além de repercutir após o seu término.

A *natureza da questão* é uma outra característica apontada por Traquina (2001) no que se refere ao processo de agendamento, por considerar que “o efeito de agendamento está relacionado com a natureza da questão.” (Ibid., p. 41)

Assim, o efeito da agenda midiática varia segundo a natureza do assunto, pois determinados temas são mais visíveis e com relação direta na vida das pessoas do que outros assuntos mais distantes, os quais as pessoas não têm uma experiência direta.

Considerando o esporte como um tema tratado no seu sentido polissêmico³³ e que acaba fazendo parte do cotidiano de uma grande parcela da população, podemos dizer que ele passa cada vez mais a ter uma grande visibilidade, e assim a fazer parte das experiências das pessoas (mesmo que seja apenas a experiência da “assistência” ou da “falação esportiva”).

No caso específico dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, a *natureza da questão* foi o âmbito esportivo, mas não podemos deixar de mencionar a interconexão dos discursos com outros campos, como já citado anteriormente (político, econômico, social, cultural entre outros). Na tentativa de exemplificar este aspecto teórico com o ocorrido em relação a este grande evento esportivo realizado aqui no Brasil, podemos citar as questões de infra-estrutura e segurança bastante abordadas e que acabavam recaindo nos aspectos econômicos e políticos não só com relação à cidade-sede (Rio de Janeiro), mas também em relação a um país inteiro (Brasil).

Neste caminho, a fim de atualizar o conceito de agendamento, cabe expor o pensamento de um dos criadores do termo *agenda-setting*, que foi traduzido aqui no Brasil como o próprio *agendamento* McCombs³⁴, citado por Traquina (2001, p. 43), que escreve:

Os atributos enfatizados pelo campo jornalístico podem influenciar diretamente a direção da opinião pública. Tanto a seleção das ocorrências e/ou das questões que constituirão a agenda, como a seleção dos enquadramentos para interpretar essas ocorrências e/ou questões são poderes importantes que o conceito de agendamento agora identifica depois de mais de vinte anos de vida intelectual.

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

o agendamento do esporte na esfera das mídias, no Brasil, por exemplo, é uma consequência 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.)

As “movimentações” que ocorrem na sociedade seriam consequências do agendamento realizado pela mídia, nos diferentes campos da sociedade, consequências estas

³³ Betti (1998) utiliza a expressão *polissemia* para caracterizar a forma telespetacularizada do esporte em nossa sociedade contemporânea, ou seja, a palavra “esporte” passou a designar uma diversidade de práticas corporais ou de movimento, ampliando os limites conceituais. Segundo este autor, “A televisão, na ânsia de espetacularizar e vender seus produtos, chama tudo de ‘esporte’”. (Ibid., p. 148)

³⁴ McCombs, M. Explorers and surveyors: expanding strategies for agenda-setting research. **Journalism quarterly**, v. 69, 1992.

do “tabuleiro das negociações” dos interesses, dos poderes e das ideologias pautadas pelas agendas. (FAUSTO NETO, 2002)

Didaticamente, de acordo com Fausto Neto (2002), há três grandes atores que constroem as agendas e se posicionam de determinada maneira perante a organização do trabalho jornalístico: *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 divulgação dos acontecimentos) e *os consumidores* (os públicos, aficcionados etc., que assistem o que é disponibilizado pelos meios de comunicação social). Seriam, conforme Fausto Neto,

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. (Ibid., p. 13)

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

Está na cobertura esportiva a chave para desmontar uma das charadas do jornalismo em televisão. A charada é a seguinte: o telejornalismo promove – financia, organiza e monta – os eventos que finge cobrir com objetividade. É no esporte que esse fenômeno é mais transparente. [...] As técnicas jornalísticas, dentro das coberturas do esporte pela TV, são cada vez mais uma representação. Aquele espetáculo que aparece na tela não é uma notícia conseguida pela reportagem, mas uma encomenda paga. (BUCCI³⁵, 1998 citado por PIRES, 2002, p. 44)

O que está por detrás desta aproximação cada vez mais habitual entre *promotores* e *divulgadores* são os interesses comerciais em detrimento da ética e da transparência dos veículos midiáticos, pois

é comum vermos os interesses comerciais do dono de uma emissora se confundirem com as manchetes de seu principal telejornal. Ou um programa se debruçar sobre um tema que posteriormente pode beneficiar uma determinada indústria. (FNDC, s/d, p. 32).

³⁵ BUCCI, Eugênio. Cinco funções quase-ideológicas na televisão. **Imagens**, n.8, p. 20-25, maio/ago., 1998.

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

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

Pode-se dizer que esta forma 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 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.

Em épocas como as que presenciamos recentemente no ano de 2007, ano de realização dos Jogos Pan-americanos na cidade do Rio de Janeiro, o discurso midiático-esportivo reforçou ainda mais a questão da personificação. Buscaram-se no âmbito esportivo aqueles atletas que são/poderão vir a ser os heróis esportivos brasileiros. Acompanhando-se a cobertura realizada, pode-se dizer que, anterior à realização dos Jogos Pan-americanos,

tivemos um panorama discursivo-midiático que enfatizou atletas como Falcão, o grande astro do futsal nacional; Leandrinho, o principal jogador de basquete brasileiro; a volta de Nalbert à seleção masculina de vôlei; a possível ausência do principal atleta brasileiro de hipismo, Rodrigo Pessoa; a lesão de Diego Hipólito, principal nome da ginástica masculina brasileira; entre outros que foram exemplos claros das estratégias de construção/sustentação de ídolos.

De forma mais geral, não faltaram exemplos desse “agendamento esportivo” relacionado aos Jogos Pan-americanos Rio-2007. Podemos citar, por exemplo, o que foi “produzido” e “veiculado” como forma de agendamento relacionado aos Jogos, isto é, os mecanismos que foram sendo criados e implementados, principalmente na mídia televisiva brasileira, inclusive com propagandas em horário nobre (não só no ano de sua realização – 2007 – mas também no ano anterior, principalmente na Rede Globo) que tiveram como protagonistas grandes ídolos do esporte nacional (a ginasta Daiane dos Santos, o jogador de vôlei Giovane, o judoca Flávio Canto, o iatista Torben Grael entre outros).

Outra estratégia foram os programas especiais que tematizaram o evento futuro (o próprio Pan-2007) ou competições que se encaixavam na grade televisiva nos finais de semana (atletismo, ginástica artística, basquete, handebol, futsal etc.), sem deixar de mencionar um dos acontecimentos durante a espera pelos Jogos Pan-americanos – a escolha do nome da mascote dos Jogos: *Cauê* – que permitiu que a população brasileira escolhesse o nome, através de votação pela internet e de urnas nas principais cidades do País.

Tal acontecimento tornou clara a tentativa de *interatividade* dos Jogos com a população, ou seja, uma estratégia de estabelecer interação entre a tríade mídia/esporte/público, procurando criar uma certa “identidade” com a população brasileira (algo que pode ser observado também com relação ao voluntariado para os Jogos, em que qualquer pessoa que tivesse no mínimo 18 anos completos, com acesso à internet, poderia utilizar-se do serviço no site do evento e candidatar-se como “voluntário” para trabalhar nos Jogos Pan-americanos).

Um outro exemplo em relação ao processo de agendamento realizado em torno dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 foi o que aconteceu durante o mês de abril de 2007: faltando ainda três meses para a abertura dos Jogos, foi dada ênfase quanto ao fato de faltarem “100 dias” para o início do grande evento esportivo, isso nos mais variados meios (tevê, mídia impressa e portais da internet).

A cobertura midiática em torno do percurso e acompanhamento da tocha pan-americana apresentou-se, também, como um bom exemplo daquilo que se configura no agendamento esportivo ou de uma das estratégias midiáticas em ofertar o evento ao público

brasileiro em geral. Desde o dia 05 (cinco) de junho, quando a tocha chegou ao solo brasileiro, mais especificamente em Cabrália, na Bahia, até o dia 13 (treze) de julho, quando da data de abertura dos Jogos Pan-americanos, no Estádio do Maracanã, já na cidade do Rio de Janeiro, o que se viu foi uma ampla divulgação de onde se encontrava a chama Pan-americana, passando e chamando a atenção das pessoas das mais diversas cidades³⁶ brasileiras.

Em cada lugar onde a tocha Pan-americana desembarcava, havia uma festa preparada e com a presença do público (prestigiando) e da imprensa (fazendo sua cobertura). Como num ritual, a tocha passava de mão em mão, geralmente atletas locais mais conhecidos ou famosos, e alusões a aspectos específicos da cultura local. Foram, desta maneira, quase quarenta dias com muitas informações sobre os fatos que envolviam o percurso da tocha Pan-americana pelo Brasil. E neste discurso midiático-esportivo (imbricado com questões culturais, econômicas, políticas e sociais) houve uma estratégia de agendamento em relação aos Jogos Pan-americanos Rio-2007, não só com relação ao “chamar a atenção” do público espectador como também daquele público que foi às ruas acompanhar o percurso da tocha.

Além disso, não podemos deixar de mencionar que uma estratégia como a do percurso da tocha não se restringia apenas à questão da “propaganda” do evento, mas tinha o intuito de também criar uma identidade da população em geral com o evento que iria acontecer logo em seguida, independentemente se ele seria na sua cidade ou não (para aqueles que não residiam na cidade do Rio de Janeiro).

Ainda exemplificando fatos que sugerem uma estratégia de agendamento esportivo em torno dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, convêm mencionar também que algum tempo antes do início dos Jogos Pan-americanos, na emissora de televisão *Rede Globo*, foram veiculadas propagandas que tematizavam o papel do professor de Educação Física na formação de “futuros atletas”, por meio de imagens e sons que demonstravam determinação e vitória (por parte dos alunos) e comemoração e alegria (por parte do professor), além da frase “onde você vê uma criança, ele [o professor de Educação Física] vê um campeão”. Foram duas propagandas, uma voltada às provas de natação e a outra, ao atletismo. Nesse caso, é

³⁶ A tocha Pan-americana passou pelas seguintes cidades, nesta ordem: Cabrália e Porto Seguro (BA), Goiânia (GO), Ouro Preto e Belo Horizonte (MG), Vitória (ES), Salvador (BA), Canindé de São Francisco e Aracaju (SE), Brasília (DF), Recife (PE), Maceió (AL), João Pessoa (PB), Fernando de Noronha (PE), Natal (RN), Fortaleza (CE), Teresina (PI), Palmas (TO), São Luís (MA), Belém (PA), Boa Vista (RR), Manaus (AM), Rio Branco (AC), Porto Velho (RO), Cuiabá e Campo Novo do Parecis (MT), Campo Grande (MS), Porto Alegre (RS), Foz do Iguaçu (PR), Florianópolis, Blumenau e Balneário Camboriú (SC), Curitiba (PR), Guarulhos, Santos, Americana, Campinas, São Paulo (SP), Quilombo Campinho da Independência, Parati, Angra dos Reis, Nova Iguaçu, Duque de Caxias, Petrópolis, Macaé, Rio das Ostras, Búzios, Niterói e Rio de Janeiro (RJ). Informações obtidas no site: <http://www.tochario2007.com.br/cidades5.shtml>.

importante observar não apenas a intenção de tematizar os Jogos Pan-americanos, por parte da mídia e de seus organizadores, como também merece uma melhor reflexão o contexto deste discurso que acabava transmitindo à imagem do professor de Educação Física a “velha idéia” de que ele é um “técnico” ou “treinador” preocupado apenas com o desempenho de seus alunos no que se refere a recordes e a vitórias.

Para completar quanto às exemplificações de estratégias realizadas por meio do discurso midiático-esportivo, a fim de ofertar os Jogos Pan-americanos ao público brasileiro, em seguida tratamos rapidamente da cobertura midiática em relação às obras realizadas para a realização dos Jogos Pan-americanos e também da cobertura midiática em relação à preparação e classificação dos atletas.

Quanto ao primeiro – a cobertura em relação às obras do Pan – muito se falou nos mais diversos veículos midiáticos, principalmente sobre os atrasos e as preocupações quanto ao término das obras para que os Jogos transcorressem da melhor maneira possível, conforme havia sido planejado.

Realizou-se um acompanhamento quanto ao desenvolvimento da construção da Vila Pan-americana (construída em área nobre, na Barra da Tijuca, para abrigar até 8 mil atletas e que também contava com restaurante e instalações de lazer e entretenimento), do Estádio João Havelange ou Engenhão, principal obra construída para os Jogos, o qual abrigou provas de atletismo e de futebol, e do Complexo Cidade dos Esportes, que abrigava o Complexo Aquático Maria Lenk para as provas de natação, nado sincronizado e saltos ornamentais; a Arena Multiuso do Rio, sede das competições de ginástica artística e basquete; e o Velódromo da Barra, que serviu para as disputas de ciclismo e patinação de velocidade, além das reformas no Complexo do Maracanã, que abriga o estádio onde foi realizada a cerimônia de abertura e encerramento dos Jogos, além de jogos de futebol; e o ginásio do Maracanãzinho, sede dos jogos de vôlei.

Mostraram-se também paralisações dos operários que trabalhavam nessas obras, os quais reivindicavam aumento salarial e melhores condições de trabalho, já que estava recaindo sobre eles a pressão para terminar as obras dentro do prazo inicialmente estipulado.

Para terminar estas exemplificações do discurso midiático-esportivo, entrecruzando-as com outros discursos em torno dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, que ofertaram ao público em geral o grande evento esportivo e que caracterizam o agendamento esportivo destes Jogos, apresentamos agora um comentário a respeito da cobertura midiática em relação à preparação e classificação dos atletas.

Anteriormente à realização dos Jogos, o que se viu foram muitas reportagens e notícias que apresentavam ao público em geral os atletas que iam conseguindo suas vagas para disputar e representar o Brasil nos Jogos Pan-americanos Rio-2007. Obviamente que isso era mais enfatizado pela mídia quando esta classificação era realizada por algum grande ídolo do esporte nacional. Mostrava-se também como estava sendo feita a preparação dos atletas das mais diversas modalidades, inclusive competições anteriores que os nacionais participavam e obtinham vitórias e classificações.

Um fato interessante que merece ser apresentado foi a preocupação do governo brasileiro por não contar com a presença de alguns dos principais ícones do esporte nacional nos Jogos Pan-americanos – e da pressão que o governo exerceu sobre tais atletas – em função do alto investimento realizado pelo governo e do retorno que as vitórias deles (como Leandrinho do basquete e Rodrigo Pessoa do hipismo, por exemplo) dariam à nação brasileira no que se refere ao orgulho de ser brasileiro, função ideológica bastante atribuída ao esporte já há algum tempo, inclusive agora, ou seja, uma exaltação do nacionalismo.

2.4 – Metodologia: fundamentação e procedimentos

Como nos diz Goldenberg (2005, p. 13), “não existe um único modelo de pesquisa”. Cada pesquisa, portanto, surge a partir das mais diversas motivações e interesses e está relacionada, tanto suas escolhas teóricas como seus procedimentos metodológicos, com a experiência de vida do seu “ator principal”, ou seja, o *pesquisador*, que dá um tom particular àquilo que deseja investigar.

Deste modo, convém ressaltar que a realização deste estudo também seguiu este modelo da *experiência do pesquisador*, com todas limitações e tensões que seus aspectos (teóricos, empíricos e metodológicos) nos impõem, seguindo o princípio do *educar pela pesquisa* preconizado por Demo (2003), para o qual o pesquisador, neste caso o profissional da educação, desenvolva sua pesquisa com princípios científico e educativo e a tenha como atitude cotidiana.

Independente da característica da pesquisa, seja ela quantitativa ou qualitativa, nenhuma “é totalmente controlável, com início, meio e fim previsíveis. A pesquisa é um processo em que é impossível prever todas as etapas.” (GOLDENBERG, 2005, p. 13). Pesquisar, então, é um exercício de constantes ajustes, adaptações, flexibilidade e adequação,

não só com relação ao que o empírico nos apresenta como também aos aspectos teóricos e metodológicos que escolhemos para nosso estudo e que aos poucos vamos nos aprofundando.

Conscientes das dificuldades, mas motivados pelos desafios de “construir” uma abordagem metodológica própria para tornar esta pesquisa exequível, passamos agora a descrever o processo metodológico que orientou nossa investigação, apresentando seus fundamentos, procedimentos e as técnicas utilizadas.

Acreditando na perspectiva de “descoberta” e não de “comprovação”, esta pesquisa (classificada quanto à natureza como aplicada ou de campo³⁷ e quanto aos objetivos como descritiva³⁸) se caracteriza por ser de abordagem exploratória e qualitativa.

Desta forma, pode-se dizer que estas características da pesquisa foram observadas para a realização de um estudo de recepção, de acordo com a chamada Corrente Latino-americana da Sociologia da Comunicação³⁹, para a qual os estudos de recepção propõem a reflexão sobre aquilo que o público faz com o discurso vindo da mídia a partir dos seus diferentes contextos sócio-histórico-cultural.

Os estudos de recepção, na sua essência, têm como objeto de estudo as práticas cotidianas dos sujeitos, onde se estabelece uma relação fundamental do contexto destes (família, instituições, situações) com os meios de comunicação. (JACKS e TUFTE, 1998). Este tipo de pesquisa, portanto, situada na área da comunicação, é um “estudo do outro, pessoal ou impessoal” (GUEDES, 1998, p. 110), em que se compreende o receptor “como sujeito do processo de recepção, e no entendimento do meio social onde ele está inserido.” (Id.). Ainda sobre os estudos de recepção, eles geralmente tendem a considerar a audiência (leitor/espectador) como sendo um grupo/sujeito com capacidade ativa, seletiva e bem informado, “cada vez mais experientes, críticos e sofisticados na recepção da mídia ao se tornarem, gradativamente, mais familiarizados com seus formatos e processos de produção.” (PAULA, 1998, p. 140).

³⁷ Segundo Bogdan & Biklen (1994, p. 113), “O trabalho de campo refere-se ao estar dentro do mundo do sujeito (...) não como alguém que faz uma pequena paragem ao passar, mas como quem vai fazer uma visita; não como uma pessoa que sabe tudo, mas como alguém que quer aprender; não como uma pessoa que quer ser como o sujeito, mas como alguém que procura saber o que é ser como ele.”

³⁸ Uma das características principais da pesquisa qualitativa é o seu caráter *descritivo*, pois este tipo de abordagem “exige que o mundo seja examinado com a idéia de que nada é trivial, que tudo tem potencial para constituir uma pista que nos permita estabelecer uma compreensão mais esclarecedora do nosso objeto de estudo.” (BOGDAN & BIKLEN, 1994, p. 49).

³⁹ Principalmente através dos estudos de Jesus Martín-Barbero, com o *conceito de mediação* (a mediação como a instância cultural em que os sujeitos/telespectadores produzem e se apropriam do significado e do sentido da comunicação) e de Guillermo Gómez Orozco (que dá uma operacionalidade ao conceito - “dialética da recepção” ou das “múltiplas mediações”). (LISBOA, 2004).

Além de se articular um olhar para a mídia a ênfase do estudo foi dada no olhar para quem esse discurso é dirigido. Isto porque é necessário o entendimento de que as pessoas ao conversarem ou tratarem determinados assuntos advindos dos veículos midiáticos em geral, além de estarem “consumindo” um certo “produto”, também estão “produzindo” uma informação, interpretando e ressignificando, de alguma forma, aquilo que chegou até elas. Neste estudo, portanto, consideramos que os dados descritos nos questionários-recordatórios são uma produção dos sujeitos pesquisados, construída a partir do olhar deles para a mídia no que se referiu ao agendamento esportivo em torno dos Jogos Pan-americanos Rio-2007. Isto porque, como afirma Guedes (1998, p. 110), “O que o sujeito diz constitui o dado fundamental do processo de investigação. A unidade de análise é composta pelos depoimentos feitos pelos sujeitos pesquisados.”

Para sua realização, além de se estabelecer uma conexão com os aspectos teóricos/conceituais já mencionados, a pesquisa de campo⁴⁰, inicialmente, seria realizada com estudantes que se encontravam no final do ensino fundamental (8ª e/ou 9ª séries), com faixa etária presumida de 12 (doze) a 14 (quatorze) anos de idade, em duas escolas do município de Florianópolis: uma escola pública, localizada na região sul da cidade (Armação do Pântano do Sul), com uma população mais nativa, supondo ser de classe sócio-econômica menos favorecida; e a outra escola particular, localizada na região central (Córrego Grande), provavelmente de classe sócio-econômica mais favorecida.

Assim, tínhamos por objetivo verificar e compreender se as diferenças sócio-culturais desses dois contextos – o da escola pública e o da escola particular – pelas variações entre eles no que tange principalmente ao aspecto cultural (embora também econômico), acabavam interferindo (e como poderiam interferir) na forma como os jovens estudantes percebiam e expressavam sua compreensão em relação ao agendamento esportivo realizado pelo discurso midiático-esportivo em relação aos Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Apesar da opção da dupla amostra intencional, o interesse com esta pesquisa não era o de comparação entre os contextos distintos, mas sim a descrição das diferenças que seriam apresentadas no decorrer da pesquisa.

Estimava-se, assim, uma população em torno de 80 alunos (40 cada turma), sendo que a dupla amostra intencional (tínhamos como objetivo selecionar não só os que sabiam a

⁴⁰ A *entrada no campo* foi bastante facilitada pelos professores de Educação Física das duas escolas. Após uma conversa com eles, mostraram-se dispostos a permitir a pesquisa com suas turmas e muito contribuíram tanto na apresentação da pesquisa e do pesquisador para a turma como também no desenvolvimento da pesquisa quando foram solicitados. Para Goldenberg (2005, p. 58), essas pessoas que ajudam na entrada no campo “são determinantes para a construção na identidade do pesquisador pelo grupo estudado”.

respeito do evento, mas também os que não sabiam nada sobre o mesmo) foi constituída após a aplicação de um questionário (Apêndice 2) que serviu para ranquear o nível de informação a respeito dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, em que foram selecionados em torno de seis a oito jovens de cada turma (três/quatro que demonstraram bastante conhecimento a respeito do que estava sendo veiculado sobre os Jogos Pan-americanos, e três/quatro com menor conhecimento sobre o tema).

Este procedimento (ranqueamento) permitiu que fosse formado, em cada uma das duas escolas, um pequeno grupo composto de seis a oito integrantes que seria acompanhado de perto por um determinado período de tempo, através de encontros⁴¹ realizados em forma de grupos de discussão⁴² e também por meio dos questionários-recordatórios (Apêndice 3).

Com os dois pequenos grupos formados, após o ranqueamento realizado, iniciaria a segunda etapa do estudo. Em função de uma greve do magistério público municipal de Florianópolis, não foi mais possível fazer o acompanhamento do pequeno grupo da escola municipal. Por termos tentado manter contato por meio de e-mail e não havermos recebido resposta de nenhum dos alunos, acreditamos que seria inviável conseguir reunir aquele pequeno grupo em outro espaço que não o da escola.

Optamos, em função deste imprevisto, prosseguir a pesquisa apenas com o pequeno grupo da escola particular, sabendo que o interesse inicial, que era a descrição de dois contextos sócio-culturais distintos, já não seria mais possível de ser realizado. Com um número de sujeitos participantes mais reduzido – iniciou com 06 (seis) alunos mas ao final só 04 (quatro) deles participaram de todo estudo –, podemos dizer que esta pesquisa configura-se como um microestudo, por ser um olhar bastante atento e detalhado ao pequeno grupo.

Cabe ressaltar que apesar da amostragem bastante reduzida, esta pesquisa, de caráter qualitativo, não teve como interesse a busca pela generalização⁴³ dos conceitos teóricos e dos dados empíricos, comumente pensada pelas pesquisas de enfoque quantitativo. Assim, nosso interesse com os sujeitos “escolhidos” foi mais direcionado “com o aprofundamento, a abrangência e a diversidade no processo de compreensão”. (MINAYO, 2006, p. 196).

⁴¹ Na seção 3.3 são apresentados todos os encontros, com suas ementas e as questões abordadas.

⁴² Para não cairmos na formalidade que um *grupo focal* exige, optamos pela designação de *grupos de discussão*. Para isso, em cada encontro, elaboramos um roteiro que servia como guia para as questões relativas à pesquisa e ao acompanhamento do agendamento pelos sujeitos pesquisados. A utilização deste instrumento possibilitou a complementação e aprofundamento de certas questões, conforme nos sugere Minayo (2006, p. 193), ao considerar que técnicas como esta “constituem em instrumentos únicos ou privilegiados da investigação empírica.”

⁴³ De acordo com Bogdan & Biklen (1994, p. 65), a preocupação se os resultados qualitativos são generalizáveis é uma das questões freqüentes que se apresentam para a investigação qualitativa. Neste caso específico, o enfoque se refere “ao facto de os resultados de um estudo particular serem aplicáveis a locais e sujeitos diferentes.”

Tal concepção é compartilhada e corroborada por Goldenberg (2005, p. 14), ao escrever que:

Na pesquisa qualitativa a preocupação do pesquisador não é com a representatividade numérica do grupo pesquisado, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma trajetória, etc.

Dando prosseguimento ao trabalho empírico desta pesquisa, partimos, então, para a segunda etapa do estudo, através de encontros semanais/quinzenais na própria escola (com o pequeno grupo), com duração de aproximadamente 01 (uma) hora. Isso aconteceu por meio de questionários-recordatários, em que os pesquisados foram solicitados a anotar tudo que lembrassem ou ouvissem falar sobre os Jogos Pan-americanos. Nestes encontros foram levantadas questões sobre os Jogos e assim se realizou o acompanhamento da recepção pelos jovens estudantes, a fim de se verificar como eles estavam recebendo e interpretando as informações sobre o grande evento esportivo e suas repercussões. Tais encontros foram gravados em áudio e posteriormente foram analisados.

Além destes documentos (questionários-recordatários), também se fez uso de um diário de campo, embora de forma muito sucinta, para registro de observações e outras questões colhidas no campo.

A fim de melhor caracterizarmos os sujeitos envolvidos de forma mais direta e efetiva com a pesquisa, aplicamos um questionário (Apêndice 4) com o intuito de entender de maneira um pouco mais ampla o contexto e as mediações dos participantes.

A escolha dos instrumentos para a coleta de dados (questionários – Apêndices 2 e 4, questionário-recordatário – Apêndice 3, grupos de discussão e diário de campo) é por considerar que por meio deles, os dados obtidos tornassem possível descrições detalhadas para uma melhor compreensão dos sujeitos da pesquisa e também porque são instrumentos coerentes com aquilo que uma pesquisa qualitativa se destina.

Considerando-se a especificidade e a singularidade desta pesquisa, convém citar o que escreve Goldenberg (2005, p. 57): “Não é possível formular regras precisas sobre as técnicas de pesquisa qualitativa porque cada entrevista ou observação é única: depende do tema, do pesquisador e de seus pesquisados.”

Já para a sistematização e interpretação dos dados advindos dos questionários-recordatários e dos grupos de discussão, adotamos o procedimento de *análise de conteúdo*

(BARDIN, s/d⁴⁴) com a elaboração de categorias empíricas que permitiram relacionar os dados do campo com questões e categorias procedidas do marco teórico-conceitual.

É importante esclarecer que a opção metodológica pela *análise de conteúdo* foi realizada com o propósito de termos uma ferramenta a fim de organizar e interpretar o material produzido no campo pelos sujeitos pesquisados (não se fez análise de conteúdo do material midiático, mas dos dados coletados a respeito da recepção do discurso midiático-esportivo por parte dos jovens).

A análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa oferecida pelas ciências humanas, a qual surgiu em virtude da grande produção de materiais pelos meios de comunicação de massa e da criação de técnicas para organizá-los (as categorias, ou seja, as características recorrentes nos dados). Caracteriza-se como uma atitude de vigilância crítica, na qual se nega uma leitura simples do real, procurando fazer uma compreensão dos fatos (ou das mensagens comunicativas) para além dos seus significados imediatos (BARDIN, s/d).

Segundo Bardin (s/d, p. 42), a análise de conteúdo, termo que pretende ser mais do que um procedimento técnico, é:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Para Triviños (1995) e Gil (1996) uma das peculiaridades essenciais desta técnica é que ela permite que se estudem os conteúdos manifestos nas comunicações entre as pessoas.

Com relação à sua operacionalização, Minayo (2006, p. 308) escreve que “a análise de conteúdo parte de uma leitura de primeiro plano das falas, depoimentos e documentos, para atingir um nível mais profundo, ultrapassar os sentidos manifestos do material.”

A execução da *análise de conteúdo* é organizada em torno de três pólos cronológicos que são: (1) a pré-análise; (2) a exploração do material, e (3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. (BARDIN, s/d, p. 95).

Para tratamento dos dados foram construídas *categorias de análise* (análise categorial), as quais contêm unidades de codificação (unidades de registros) e unidades de contexto. (BARDIN, s/d).

⁴⁴ A obra original, em francês, data o ano de 1977, entretanto, a versão que se teve acesso (traduzida para a língua portuguesa) não indica o ano da publicação.

Por fim, convém lembrar que fizemos um plano para obtenção do consentimento livre e esclarecido (apreciado pelo Comitê de Ética da UFSC e aprovado em maio de 2007) que foi obtido através dos pais ou responsáveis, o qual permitiu total autonomia aos sujeitos participantes (eles poderiam desistir a qualquer momento da pesquisa) e garantia que os resultados desta pesquisa serão divulgados nos meios científicos tão logo seja concluída.

CAPÍTULO III

DESCRIÇÃO E ANÁLISE DO CAMPO

3.1 – Descrevendo a 1ª Etapa da Pesquisa: a escolha dos sujeitos da pesquisa

A primeira etapa desta pesquisa foi realizada por meio de um questionário, entregue a toda turma, para posterior seleção dos sujeitos da pesquisa que iriam constituir o pequeno grupo no acompanhamento da recepção ao discurso midiático-esportivo realizado pelo agendamento em relação aos Jogos Pan-americanos Rio/2007.

No questionário, os alunos deveriam escrever a escola e série a qual fazem parte, bem como se identificar e preencher a sua idade. Nele, havia 3 perguntas. A primeira redigida da seguinte maneira “*Você sabe qual evento esportivo irá acontecer este ano aqui no Brasil?*”, sendo que poderia ser respondida com “sim” ou “não”, e no caso de responder que “sim”, deveria dizer qual seria esse evento. A segunda questão também dependia da resposta anterior, e perguntava “*Se você respondeu que ‘sim’ na resposta anterior, saberia dizer alguma coisa a respeito do evento?*”. A última pergunta queria saber “*Onde você se informa sobre esse evento?*”, em que poderia se assinalar os itens (tantos quanto necessário): “televisão”, “internet”, “jornais”, “revistas”, “conversas com a família”, “conversas com amigos”, “na escola em geral”, “outros – quais?”.

A intenção deste simples questionário não era avaliar o grau de conhecimento dos alunos em relação aos Jogos Pan-americanos Rio/2007, mas apenas detectar e selecionar, na turma, alguns alunos que demonstrassem um maior conhecimento do que estava sendo veiculado sobre os Jogos Pan-americanos (em torno de 3 a 4 alunos) e outros (na mesma quantidade) com baixo conhecimento sobre o tema.

A seguir serão apresentados os dados desta primeira etapa nas duas escolas (particular e a pública).

Na **escola particular**, o questionário foi aplicado na manhã do dia 20 de abril de 2007 (sexta-feira), nos 10 minutos iniciais da aula de Educação Física, conforme combinado com o professor da turma, o qual fez uma breve explanação aos alunos quanto ao motivo da minha presença e da aplicação do questionário com os estudantes. Participaram da primeira etapa 32 alunos da 9ª série, com média de idade de 13,6 anos (11 meninas e 21 meninos).

Destes, 93,7% (30 alunos) souberam responder que os Jogos Pan-americanos era o evento que aconteceria em 2007 no Brasil, enquanto 6,3% (2 alunos) não souberam responder. (conforme Quadro 01). Dos 30 alunos que responderam que “sim”, todos responderam que o evento que iria acontecer em 2007 no Brasil seria os “Jogos pan-americanos”.

Quadro 01 – Você sabe qual evento esportivo irá acontecer este ano aqui no Brasil?

	Número de alunos	%
Sim	30	93,7
Não	02	6,3

Quando perguntados se saberiam dizer alguma coisa a respeito do evento (pergunta que exigia uma resposta descritiva), as respostas, em geral, referiam-se ao local dos jogos (a cidade do Rio de Janeiro) e que é um evento com modalidades esportivas, disputadas entre países do continente americano. Generalizando-se, pode-se dizer que um número muito baixo de alunos expressaram alguma coisa a respeito do evento. As respostas, da forma como os alunos responderam, foram as seguintes:

- ✓ *“O panamericano é um evento já tradicional que acontece nas Américas, nele todos os países disputam mais de 30 modalidades esportivas, a premiação acontece em forma de medalhas (ouro, prata ou bronze), isso não envolve só uma competição esportiva, mas também ocasiona uma intensa movimentação econômica no país-sede (Brasil). O evento vai trazer muitas mudanças para nós. Tomara que estas sejam boas.”*
- ✓ *“Vai ser um evento grande, onde estão reformando o Maracanã para isso e assim as pessoas já avaliaram se o Brasil é um lugar adequado para a Copa de 2014.”*
- ✓ *“O evento causou uma grande mudança em muitas coisas no país, muitos lugares foram reformados em função do evento, ele integra muitos esportes e muitas pessoas.”*
- ✓ *“Acho que pelo nome é restrito ao continente americano. É um evento em que competem vários atletas de modalidades diversas. O campeonato acontece numa cidade sede que no caso é o Rio de Janeiro.”*
- ✓ *“É um evento que une atletas de todos os países americanos, que sempre muda de local em local, ou de país em país, desde que eles sejam aptos a sediar o evento.”*

- ✓ *“Sim, é como uma olimpíada só das Américas.”*
- ✓ *“Ah... é maior que um sulamericano e menor que uma olimpíada.”*
- ✓ *“Acho que vai ser no Rio de Janeiro e vai ter várias modalidades.”*
- ✓ *“São vários jogos, competição.”*
- ✓ *“A única coisa que eu sei sobre o pan é que é um campeonato que possui várias modalidades.”*
- ✓ *“É um evento que vai atribuir várias modalidades esportivas, talvez até revelando grandes atletas.”*
- ✓ *“É um evento com muitas competições esportivas.”*
- ✓ *“Não sei, só sei que o vencedor ganha dinheiro.”*
- ✓ *“Que são praticados jogos no evento.”*
- ✓ *“É um evento que reúne os países para um torneio de modalidades, etc.”*
- ✓ *“Um evento que muitas modalidades não são muito conhecidas e ainda pouco praticadas.”*
- ✓ *“Que são os jogos exclusivos da América e muito importantes na vida do atleta.”*
- ✓ *“Sim, é um evento que reúne muitos atletas e tem vários esportes e modalidades.”*
- ✓ *“Sim, é uma competição que os países da América participam de diversas modalidades.”*
- ✓ *“É um evento onde se realiza alguns tipos de modalidades esportivas.”*
- ✓ *“É um dos maiores eventos esportivos do mundo. Acontecerá no Rio de Janeiro.”*
- ✓ *“Um evento esportivo onde as 3 Américas participam.”*
- ✓ *“Não muitas coisas realmente, até porque não me interessa muito.”*
- ✓ *“Envolve somente a América, várias modalidades, será realizado no Rio de Janeiro.”*
- ✓ *“É onde vários atletas de vários países se reúnem para competir entre si.”*
- ✓ *“Ele vai ocorrer no Rio de Janeiro e vão acontecer vários torneios de várias modalidades, desde natação a futebol.”*
- ✓ *“Não... só que envolve pessoas com dificuldades.”*
- ✓ *“É um evento onde se pratica esportes como vôlei, handebol, futebol e basquete. Porém somente os países das Américas participam.”*
- ✓ *“Serão vários esportes reunidos em uma competição mundial e muito conhecidas por todos, e ela será realizada no Rio de Janeiro.”*

Já com relação à terceira pergunta, *“Onde você se informa sobre esse evento?”* os dados indicam que a televisão aparece como a mídia em que tais jovens mais se informam

sobre o evento, com 96,6% deles citando este veículo (29 alunos). A internet aparece em seguida, com 46,6% (14 alunos). As conversas com a família e as revistas também foram citadas, com 23,3% cada (07 alunos). Ambos, conversas com amigos/as e os jornais, receberam 16,6% das citações (05 alunos). Por fim, a escola com 6,6% das citações (02 alunos) e um deles respondeu que não se informa (3,3%). (conforme Quadro 02)

Quadro 02 – Onde você se informa sobre esse evento?

	Número de citações	%
Televisão	29	96,6
Internet	14	46,6
Conversas com a família	07	23,3
Revistas	07	23,3
Conversas com amigos/as	05	16,6
Jornais	05	16,6
Escola	02	6,6
Não me informo	01	3,3

Na **escola pública**, o questionário foi aplicado na tarde do dia 24 de abril de 2007 (terça-feira). A professora da turma fez uma rápida apresentação do projeto de pesquisa e do que seria feito no início da aula de Educação Física. Combinou com os alunos que todos responderiam, e conforme fossem terminando, dirigir-se-iam até a quadra da escola para participar da aula. Participaram desta primeira etapa 31 alunos da 8ª série, com média de idade de 13,7 anos (17 meninas e 14 meninos).

Destes, 83,8% (26 alunos) responderam que os Jogos Pan-americanos era o evento esportivo que aconteceria no Brasil em 2007, enquanto 16,1% (5 alunos) não souberam responder (conforme Quadro 03). Dos 26 alunos que responderam que “sim”, todos souberam dizer que os “Jogos Pan-americanos” era o evento que aconteceria em nosso país no ano que passou.

Quadro 03 - Você sabe qual evento esportivo irá acontecer este ano aqui no Brasil?

	Número de alunos	%
Sim	26	83,8
Não	05	16,1

Com relação à segunda pergunta, se saberiam dizer alguma coisa a respeito do evento as respostas se referiram ao local de realização e que é uma competição esportiva entre países do continente americano. Pode-se dizer, de maneira geral, que um número muito baixo de alunos expressou alguma coisa a respeito do evento. As respostas dadas por eles seguem na seqüência:

- ✓ *“É um evento onde podemos assistir a várias modalidades esportivas.”*
- ✓ *“O pan-americano acontece só nas Américas, nele irá acontecer várias competições, várias modalidades como basquete, vôlei, atletismo e outras.”*
- ✓ *“O evento tem várias modalidades, lançamento do dardo, salto com vara, salto triplo etc. Todas existem regras, recordes e equipamentos de segurança, etc.”*
- ✓ *“Sei que o evento vai ser aqui no Brasil, e são muitos tipos de esportes diferentes.”*
- ✓ *“Não. Só que vai acontecer no Rio, e vai atrair bastante gente.”*
- ✓ *“Vai ter futebol, vôlei, natação etc. E o pan esse ano vai ser no Brasil.”*
- ✓ *“Eu sei que é um evento esportivo que acontece há muito tempo e reúne vários esportes.”*
- ✓ *“Sim. Esse evento vai mover muita coisa, atrair bastante gente.”*
- ✓ *“Vai ser aqui no Brasil e vai ter vários esportes diferentes.”*
- ✓ *“É um evento que reúne várias modalidades de esportes.”*
- ✓ *“É sobre todos os esportes. Só jogam entre toda América.”*
- ✓ *“São vários esportes que acontecem em forma de uma olimpíada.”*
- ✓ *“Que haverá várias provas de diferentes esportes para mostrar as habilidades dos atletas.”*
- ✓ *“Que haverá vários esportes para mostrar as habilidades dos atletas.”*
- ✓ *“No evento terá várias modalidades, triathlon, judô, pólo aquático, tênis de mesa e etc.”*
- ✓ *“É um evento que compete as modalidades entre diversos países.”*
- ✓ *“Evento vai acontecer sobre o futebol, vôlei, basquete, que isso vai acontecer no Rio de Janeiro.”*
- ✓ *“Esportes de várias estações.”*
- ✓ *“Não. Só que ele acontece em toda a América.”*
- ✓ *“É um evento que acontece só nas Américas.”*
- ✓ *“Vai atrair bastante gente, e será no Rio.”*
- ✓ *“Haverá várias provas com várias modalidades diferentes.”*

Quanto à terceira pergunta, “*Onde você se informa sobre esse evento?*” os dados apontam que a televisão é o veículo midiático em que tais jovens mais se informam sobre o evento, com 92,3% deles citando este veículo (24 alunos). Em seguida aparece a internet, com 65,3% (17 alunos). A escola ficou em terceiro lugar, apontada como responsável pelas informações sobre os Jogos Pan-americanos, pois 50% deles (13 alunos) citaram a instituição. Os jornais aparecem em quarto lugar, com 46,1% de citações (12 alunos). As conversas com a família vêm em seguida, com 30,7% dos jovens (08 alunos) citando este tipo de mediação. Ambas, conversas com amigos/as e revistas tiveram 23,0% (06 citações cada) como sendo a forma onde se informam sobre o evento. Em último lugar, apareceu o rádio e a rua, cada um com 3,8% (01 citação cada) – (conforme Quadro 04).

Quadro 04 – Onde você se informa sobre esse evento?

	Número de citações	%
Televisão	24	92,3
Internet	17	65,3
Escola	13	50,0
Jornais	12	46,1
Conversas com a família	08	30,7
Conversas com amigos/as	06	23,0
Revistas	06	23,0
Rádio	01	3,8
Rua	01	3,8

Resumindo, os dados apontam que os sujeitos participantes desta primeira etapa do estudo sabiam da realização dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, tendo vista os dados dos quadros 01 e 03, que correspondem, respectivamente, a 93,7% (30 alunos) da escola particular e 83,8% (26 alunos) da escola pública. Assim, podemos dizer que ao menos para estes jovens, o *agendamento* para o grande evento esportivo que se realizaria no Brasil em 2007 por meio do discurso midiático-esportivo, no mínimo conseguiu “tematizar” o evento, principalmente através da televisão e da internet (conforme Quadros 02 e 04), veículos mencionados pelos jovens como os mais frequentes em seu uso quando se informavam sobre o Pan 2007.

3.2 – Caracterizando os sujeitos da pesquisa e relações com as mediações

Para melhor conhecer os sujeitos⁴⁵ da pesquisa, aplicou-se um questionário elaborado pelo próprio pesquisador, com questões abertas e fechadas (24 perguntas no total), cujo propósito deste mesmo questionário era caracterizar os sujeitos envolvidos com a pesquisa, bem como identificar e compreender de forma um pouco mais aprofundada algumas das suas estruturas de mediações (familiar, escolar, situacional e tecnológica), conforme descritas e tratadas no capítulo anterior dos elementos teórico-metodológicos (item 2.2 – *A hipótese da agenda-setting e a mediação escolar*).

O questionário foi aplicado no último encontro, realizado na tarde do dia 10 (dez) de agosto de 2007, sexta-feira, na mesma sala que havíamos nos encontrado anteriormente (própria escola⁴⁶). Dos 04 (quatro) sujeitos envolvidos com a pesquisa, 03 (três) deles estiveram presentes e responderam o questionário. O aluno que não pode comparecer recebeu uma cópia por intermédio de um de seus colegas e em outro momento entregou o questionário respondido ao pesquisador.

Em média, os alunos levaram cerca de 15 (quinze) a 20 (vinte) minutos para respondê-lo e comentaram não ter encontrado dificuldade para seu preenchimento.

Por se tratar de um grupo reduzido de sujeitos participantes e pelo caráter descritivo deste estudo, optamos em descrever os dados sem recorrer tanto a valores percentuais, já que o pequeno grupo estudado está situado num determinado contexto bastante específico e o objetivo desta pesquisa não é a generalização, mas sim a compreensão do contexto aos quais os sujeitos fazem parte. Entretanto, em alguns momentos, para uma melhor apresentação dos dados, utilizamos quadros ou gráficos para expô-los e assim facilitar a interpretação dos mesmos.

A seguir, apresentamos os resultados obtidos com a aplicação do questionário, procurando caracterizar um pouco melhor os alunos participantes desta pesquisa, bem como suas mediações. A ordem da apresentação destes dados segue da maneira como está

⁴⁵ Participaram de forma permanente da pesquisa 04 (quatro) meninos, na faixa etária dos 12 aos 14 anos, os quais se mostraram bastante participativos, com interesse em conversar sobre o tema – talvez pela relação tão próxima deles com o esporte – tendo em vista que era algo que lhes interessava bastante.

⁴⁶ A escola caracteriza-se por ser uma instituição de ensino particular, localizada na região central de Florianópolis e que possui uma clientela com bom nível sócio-econômico (classe média). Não dispõe de muito espaço (por estar entre dois condomínios residenciais) principalmente no que se refere aos *espaços da Educação Física* (possui uma quadra coberta). Com relação à turma pesquisada, esta tinha aula de Educação Física duas vezes por semana, sendo uma aula “faixa” (cada aula com 48 minutos de duração).

organizado o questionário, porém aqui sistematizamos em quatro subtópicos: (a) Os sujeitos e a televisão (questões 01 a 11); (b) Os sujeitos e a internet (questões 12 a 18); (c) Os sujeitos e a mídia impressa (questões 19 e 20) e (d) Os sujeitos e a mídia no contexto escolar (questões 21 a 24).

3.2.1 – Os sujeitos e a televisão

A primeira pergunta interessava-se em saber se havia aparelho televisor em casa, e os quatro sujeitos responderam que sim, o que confirma a onipresença deste veículo midiático nos lares brasileiros e corrobora, de certa maneira, dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), em pesquisa que apontou a presença da televisão nos lares brasileiros num percentual de 93% no ano de 2006. (IBGE, 2006).

Já a segunda pergunta queria saber quantos aparelhos de televisão os sujeitos tinham em suas casas. Um deles respondeu que possui apenas 01 (um) aparelho, enquanto os outros 03 (três) sujeitos responderam que possuem 04 (quatro) ou mais aparelhos. Tais respostas pressupõe a presença destes aparelhos em vários locais da casa.

Na terceira pergunta queríamos saber se os sujeitos assistem a programação da televisão aberta, ou seja, os canais que não são pagos. Todos eles – os 04 (quatro) alunos – responderam que assistem este tipo de programação.

Quais são os canais que eles costumam assistir era o foco da quarta pergunta, e as respostas atribuídas pelos sujeitos foram as seguintes, conforme o Quadro 5:

Quadro 05⁴⁷ – Canais de televisão aberta citados pelos alunos

	Número de alunos	%
Record	04	100
Band	04	100
Globo	04	100
RedeTV	02	50
SBT	02	50

⁴⁷ Na seqüência do trabalho, os dados apresentados neste quadro serão melhor tratados, pois serão articulados com os dados dos questionários-recordatários, o que, neste momento, em resumo, podemos dizer que apesar dos sujeitos informarem que assistem *Band*, *Globo* e *Record*, há um predomínio na audiência relacionada à *Rede Globo de Televisão*.

Percebe-se, neste quadro, uma audiência com o predomínio das emissoras *Globo*, *Band* e *Record* – coincidentemente as três emissoras de transmissão aberta que fizeram a cobertura dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 – já que os 04 (quatro) sujeitos as citaram. As emissoras *SBT* e *RedeTV*, ambas que não transmitiram os Jogos Pan-Americanos, apesar de noticiarem a respeito do evento, foram menos citadas pelos alunos (apenas 02 sujeitos citaram estas emissoras).

Na seqüência, a quinta pergunta queria saber se os sujeitos tinham acesso à televisão fechada em suas casas, ou seja, o serviço de televisão por assinatura cuja programação é codificada e entregue nos domicílios mediante pagamento mensal. Dos 04 (quatro) sujeitos, 03 (três) responderam que têm acesso a este tipo de programação, e 01 (um) deles respondeu que não tem televisão por assinatura em sua casa.

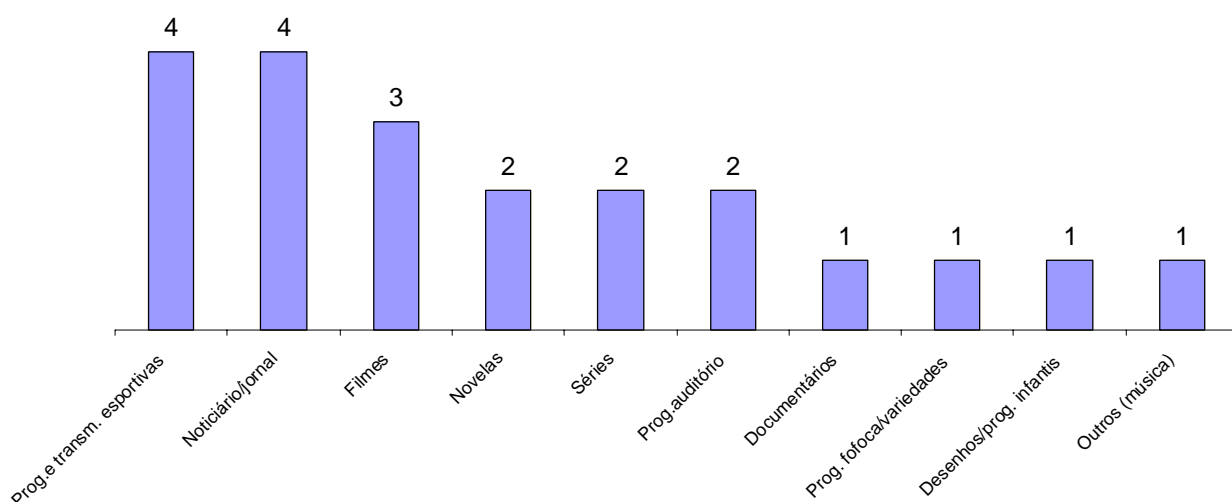
Os canais de televisão fechada que costumam assistir, que era a sexta pergunta, foram os seguintes: o canal *Sportv* foi citado por 02 (dois) sujeitos e os canais *ESPN*, *Nickelodeon*, *MTV*, *MTVHits*, *Multishow*, *Warner*, *FX*, *VH7* e *A&E* tiveram uma indicação por um dos sujeitos. Nestas respostas, convém enfatizar que dos 03 (três) sujeitos que disseram possuir o acesso à televisão fechada, 02 (dois) deles se referiram a canais esportivos (como *Sportv* e *ESPN*), e 01 (um) deles não se referiu a este tipo de canal. Para ilustrar, uma das respostas foi a seguinte: “[assisto] a maior parte do tempo aos canais de esportes – *Sportv*, *ESPN*, entre outros.”

A sétima pergunta queria saber a respeito da presença ou não do aparelho televisor no quarto dos sujeitos pesquisados. Apenas 01 (um) sujeito não possui televisor no quarto (coincidentemente o sujeito que na segunda pergunta respondeu só ter um aparelho em sua casa), enquanto os outros 03 (três) pesquisados possuem este aparelho no seu quarto.

Uma estimativa do tempo diário que os sujeitos pesquisados passam assistindo a programação televisiva era o propósito da oitava pergunta. Dois sujeitos responderam que passam mais de 3 horas/dia vendo televisão, 01 (um) sujeito respondeu que de 2 a 3 horas/dia e 01 (um) sujeito respondeu que assiste televisão entre 1 a 2 horas/dia.

A nona pergunta tinha como objetivo identificar quais os programas que os sujeitos envolvidos com a pesquisa costumam assistir. Os dados relativos a esta questão estão no Gráfico 01:

Gráfico 01 – Programas que costumam assistir



Percebe-se, conforme o gráfico, que os sujeitos pesquisados têm, em seu cotidiano, um envolvimento, ao menos no que se refere ao “assistir”, com os programas e transmissões esportivas, tendo em vista que os 04 (quatro) citaram esse tipo de conteúdo quando assistem televisão. Considerando-se também que nos noticiários/jornais aspectos do campo esportivo também são veiculados, e que tais programas (noticiário/jornal) são citados pelos 04 (quatro) sujeitos como os que costumam assistir, pode-se dizer que o tema “esporte” está fortemente presente na vida destes sujeitos (tal constatação pode ampliar uma análise para a dimensão do gênero, ou seja, o gosto que geralmente os meninos têm pelo assunto esportivo).

Saber se os sujeitos pesquisados dão atenção ou não à publicidade/propaganda que é veiculada nos intervalos da programação televisiva era a que se destinava a décima pergunta. Pelas respostas, 02 (dois) deles disseram que sim, enquanto os outros 02 (dois) responderam que não dão atenção à publicidade/propaganda que é veiculada pela televisão enquanto a estão assistindo.

A décima primeira pergunta tinha como objetivo saber como os sujeitos pesquisados assistem televisão, mais especificamente com relação às situações de estarem sozinhos ou acompanhados ou ambos (e quem são essas companhias). Pelas respostas, verificamos que 02 (dois) deles assistem televisão sozinhos, e 02 (dois) sujeitos responderam que assistem sozinhos e acompanhados. Quando estão acompanhados, a companhia geralmente é dos pais, já que 02 (dois) sujeitos deram esta resposta; do irmão/irmã – com 01 (um) sujeito; e de amigos/amigas, também com 01 (uma) resposta.

3.2.2 – Os sujeitos e a internet

Já a décima segunda pergunta tinha como interesse saber se os sujeitos pesquisados possuem computador em suas casas. Verificamos que os 04 (quatro) sujeitos fazem uso do computador em seus lares, embora tais equipamentos não são de seu uso pessoal apenas, mas usados por todos os membros da família. Eles também utilizam o computador em outros lugares além de suas casas, pelas respostas de 03 (três) sujeitos (citaram: *lan house*, *a sala*, e “às vezes na escola, mas não muito freqüente, casa de amigos também”). Apenas 01 (um) deles não utiliza em outro lugar a não ser sua própria casa.

Perguntados sobre o acesso à internet em casa e o tipo de acesso (décima terceira pergunta), os 04 (quatro) sujeitos responderam que têm acesso à internet em casa, e acesso do tipo a cabo (os quatro sujeitos citaram este tipo de acesso).

A pergunta seguinte, a décima quarta, queria saber se tinham acesso à internet em outros lugares, e novamente os 04 (quatro) sujeitos responderam que costumam acessar a internet em outros lugares além de suas casas. Segundo as respostas, a *casa de amigos* recebeu 04 (quatro) indicações; a *escola* foi citada por 03 (três) dos sujeitos; a *lan house* recebeu 02 (duas) indicações e *outros* (não especificado) recebeu 01 (uma) citação pelos sujeitos.

Assim como a oitava questão, que procurou verificar o tempo diário dos sujeitos pesquisados assistindo a programação televisiva, a décima quinta questão procurou saber dos sujeitos uma estimativa do tempo que eles passam “navegando” pela internet. Apenas 01 (um) deles respondeu de 2 a 3 horas/dia, enquanto os outros 03 (três) responderam que passam mais de 3 horas/dia em contato com a internet. Pelos resultados, tanto da oitava questão, como da décima quinta, podemos dizer que os sujeitos envolvidos nesta pesquisa dedicam uma boa parte do seu tempo diário em contato com os “meios” (televisão e internet).

A décima sexta pergunta objetivava saber dos jovens pesquisados o que eles possuem com relação à internet, e as respostas foram as seguintes: todos eles (os quatro) responderam que possuem *e-mail* (correio eletrônico), *messenger* (troca instantânea de mensagens) e *orkut* (site de relacionamentos); e apenas 01 (um) deles respondeu que faz uso do *skype* também (que é um serviço de telefonia pela internet). Nenhum deles fez menção ao *blog* (página pessoal que permite expor, de acordo com seus interesses, sua opinião a respeito de qualquer tema/assunto).

Quando perguntados, na décima sétima pergunta sobre que tipo de *site*/conteúdo costumam acessar quando estão na internet, seja por diversão/entretenimento, estudos/pesquisas ou qualquer outro fim, 04 (quatro) sujeitos citaram o site de relacionamento *orkut*; 02 (dois) deles citaram os *sites esportivos* e o *google* (site de pesquisa). Os outros: *MSN*, *sites jornalísticos*, *sites de vídeos*, *Globo*, *Avaí*, *Lance* (site esportivo) receberam 01 (uma) indicação cada.

Na pergunta seguinte, a décima oitava, tínhamos como intenção saber se os sujeitos costumam conversar ou comentar com alguém o que encontram nos *sites* citados anteriormente, os quais eles citaram como os que costumam acessar. Todos os sujeitos (os quatro) responderam que costumam conversar com alguém a respeito do que encontram na internet, geralmente com os *pais* e *amigos/amigas* (quatro respostas para cada um deles); com os *irmãos/irmãs* (duas respostas) e com os *professores* (também duas respostas).

3.2.3 – Os sujeitos e a mídia impressa

As duas perguntas que seguem estavam relacionadas à relação dos sujeitos pesquisados com a mídia impressa (revistas e jornais).

A décima nona pergunta perguntava se os pais possuíam alguma assinatura de revista, sendo que 03 (três) dos sujeitos responderam que sim, enquanto 01 (um) deles respondeu que não. As revistas que eles citaram como aquelas que possuem acesso foram: *Superinteressante* (2 respostas), *Veja*, *Mundo Estranho*, *Isto É*, *Newsweek* (estas com uma resposta cada). Dois sujeitos responderam que costumam ler as revistas, enquanto os outros 02 (dois) disseram que não têm o hábito de ler tais revistas. Dentre as seções que eles costumam ler, foram citadas as seguintes: esportiva, atualidades, tecnologia, curiosidades e ciência.

A vigésima questão perguntava se os pais possuem assinatura de algum jornal, e 02 (dois) dos sujeitos responderam que sim, enquanto os outros 02 (dois) responderam que não. Os jornais que foram citados foram os seguintes: *Diário Catarinense* (duas respostas); *Jornal da Tarde*; *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *A Notícia*, *Hora de Santa Catarina* e *Notícias do Dia* (estes com uma resposta para cada jornal). O fato de vários jornais terem sido citados é porque os pais de um dos alunos pesquisados possui uma banca, e segundo o sujeito, ele tinha acesso diário a vários destes jornais (não que necessariamente fossem assinados pelos seus pais). Perguntou-se, também, como complemento, se os sujeitos costumam ler os jornais assinados pelos seus pais, e apenas 01 (um) deles respondeu que costuma ler; já os

outros 03 (três) responderam que não lêem. Em relação às seções dos jornais, responderam que quando lêem costumam dar atenção às seções esportiva, atualidades e policial.

Pode-se dizer, assim como com relação à programação televisiva (costume dos sujeitos em assistir programação/transmissões esportivas e jornais/noticiários) e aos conteúdos acessados na internet (sites de conteúdo esportivo), que, quando perguntados sobre a relação com a mídia impressa, no caso, revistas e jornais, os sujeitos também têm bastante interesse nos assuntos relacionados ao esporte, como ficou evidenciado nas respostas apresentadas anteriormente.

3.2.4 – Os sujeitos e a mídia no contexto escolar

As quatro perguntas finais que seguem estão mais relacionadas ao contexto escolar e à Educação Física inserida neste contexto educacional.

A vigésima primeira pergunta queria saber dos sujeitos se na escola em que estudam os professores em geral costumam utilizar a televisão como um recurso durante as aulas. Os 04 (quatro) sujeitos responderam que os professores não fazem uso deste recurso em suas aulas.

A pergunta seguinte, a vigésima segunda, referia-se especificamente às aulas de Educação Física, ou seja, se nessas aulas são utilizados os recursos de televisão/vídeo. Dois sujeitos responderam que sim, enquanto os outros 02 (dois) responderam que não. Das duas respostas que confirmaram o uso destes equipamentos nas aulas de Educação Física, quando perguntados sobre a frequência de uso dos mesmos, 01 (um) respondeu que *nunca* se usa e 01 (um) respondeu que o uso se faz *às vezes*. Perguntamos também, nesta mesma questão, o que costuma ser apresentado, e as duas respostas foram:

- “*em apenas uma ocasião, um jogo de handball.*”
- “*vídeos de partidas de handebol.*”

Questionados, ainda nesta mesma questão, sobre uma possível utilização de recursos como televisão e vídeo nas aulas de Educação Física, os 04 (quatro) sujeitos responderam que acham algo possível de ser realizado, com as seguintes sugestões apontadas por eles:

- “*mostrando vídeos de jogadas e coisas do tipo.*”;
- “*para mostrar alguns casos de ‘doping’, algumas competições que mostrem sobre o esporte que estamos aprendendo no bimestre, etc.*”;

- *“não muito usualmente, já que em meu ponto de vista Educação Física só se aprende praticando, mas acho válido sim, o que for para acrescentar é sempre bem vindo.”;*
- *“vídeo instrutivo”.*

Analisando suas respostas e considerando o momento em que chegaram até a questão, quando da aplicação deste questionário, percebeu-se que os sujeitos investigados ficaram em dúvida quando responderam esta questão, pois lembraram apenas de uma única oportunidade em que, numa aula, foi exibido pelo professor um vídeo de um jogo de handebol. De qualquer forma, foi unânime entre eles a crença de que podem ser utilizados os recursos de televisão e vídeo nas aulas de Educação Física.

A penúltima questão (vigésima terceira) interessava-se na existência ou não de laboratório de informática na escola. Os 04 (quatro) sujeitos responderam que há laboratório de informática na sua escola e que apenas “às vezes” o laboratório é utilizado (quando perguntamos sobre a frequência de uso do laboratório, os quatro sujeitos tiveram esta mesma resposta).

Por fim, a vigésima quarta (e última questão) procurava saber a respeito da relação entre o laboratório de informática e sua utilização na articulação com outras disciplinas, entre elas, a Educação Física. Pelas respostas, 03 (três) sujeitos responderam que o laboratório de informática é utilizado na articulação com outras disciplinas, enquanto apenas 01 (um) deles disse que não há esse tipo de utilização. Perguntamos de que maneira é feita esta articulação, e as respostas foram as seguintes:

- *“Pesquisas teóricas de alguns esportes (handebol, basquete sobre rodas, futsal) entre outros”;*
- *“Pesquisas sobre futsal, basquete, etc.”;*
- *“Para alguns trabalhos.”*

Evidencia-se, de certa forma, a baixa utilização do laboratório na articulação com a disciplina Educação Física e pelo visto, com as outras disciplinas também. Além disso, pelas respostas dos sujeitos fica a idéia de que o laboratório, quando é utilizado, serve para pesquisar algumas coisas sobre o esporte que está sendo trabalhando pelo professor durante o bimestre.

Ainda dentro desta última questão, perguntamos para quem assinalou que o laboratório de informática não é utilizado como recurso numa aula de Educação física (um dos sujeitos) se acredita que poderia ser utilizado para esta finalidade também, e a resposta

obtida foi que *não*, ou seja, não vê uma possível utilização daquele espaço durante uma aula de Educação Física.

De forma esquemática, poderíamos resumir, de forma separada, as mediações familiar e escolar dos sujeitos investigados da seguinte maneira, conforme o Quadro 06:

Quadro 06 – Resumo esquemático sobre as mediações familiar e escolar dos sujeitos investigados

MEDIACÃO FAMILIAR	MEDIACÃO ESCOLAR
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Todos têm aparelhos de televisão em casa (quase todos mais de 4 aparelhos), sendo que apenas 1 deles não têm televisão no quarto; ✓ Assistem televisão aberta (3 canais) e também televisão paga (todos citam canais esportivos); ✓ Todos dizem assistir a noticiários e programas/transmissões esportivas; ✓ Assistem sozinhos ou sozinhos/acompanhados (geralmente com pais); ✓ Todos possuem computador em casa, com internet a cabo, além de terem acesso à internet fora de casa também (ficam bastante tempo na internet) onde possuem alguns recursos para se comunicar (predomínio do <i>orkut</i>); ✓ Costumam conversar com pais e amigos sobre o que encontram na internet (e também com irmãos); ✓ Tem acesso a revistas também, mas não significa que lêem – assim como jornais. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Usam internet na escola (quase todos mencionaram); ✓ O “professor” foi citado duas vezes como alguém com quem eles costumam conversar os conteúdos encontrados na internet; ✓ Na escola não se costuma utilizar a televisão como um recurso durante as aulas (todos responderam que “não”); ✓ Nas aulas de Educação Física também não se oportuniza este momento, e quando se faz, faz-se como “ferramenta” (exibir vídeo sobre determinada modalidade); ✓ Os alunos responderam que vêem a possibilidade de se utilizar tais recursos nas aulas de EF, apesar de uma visão ainda restrita de como se daria essa utilização; ✓ A escola tem laboratório de informática, mas parece que seu uso ainda é pequeno e limitado.

3.3 – Descrevendo a 2ª Etapa da Pesquisa: o acompanhamento do pequeno grupo

Inicialmente tínhamos previsto a aplicação desta pesquisa em dois contextos diferenciados – o da escola pública e o da escola particular – mas em função de uma greve do magistério municipal de Florianópolis justamente na época da coleta de dados a pesquisa acabou ficando restrita aos sujeitos da escola particular.

Com isso, ao invés de termos dois pequenos grupos constituídos entre 6 (seis) e 8 (oito) alunos, conseguimos fazer o acompanhamento de apenas um grupo, composto por 6 (seis) jovens estudantes da escola particular mas que acabou se restringindo, no seu desenvolvimento, a apenas 4 (quatro) sujeitos com efetiva participação em todo processo da coleta de dados.

O pequeno grupo, em sua primeira formação, era constituído de 6 (seis) alunos, dos quais 4 (quatro) deles tinham sido selecionados por terem demonstrado bastante conhecimento a respeito daquilo que estava sendo veiculado sobre os Jogos Pan-americanos Rio-2007 quando da aplicação do primeiro questionário, e os outros 2 (dois) sujeitos eram os que haviam sido selecionados por terem demonstrado menor conhecimento sobre o tema. Entretanto, a formação definitiva deste pequeno grupo, que compõe a parte empírica desta pesquisa, foi formada por apenas 4 (quatro) sujeitos, coincidentemente aqueles que, na primeira etapa da pesquisa, foram escolhidos por terem demonstrado maior conhecimento sobre os Jogos Pan-americanos que seriam realizados no Rio de Janeiro em 2007.

A segunda etapa deste estudo, portanto, foi o acompanhamento deste pequeno grupo por um período de tempo maior (42 dias), desde o dia primeiro⁴⁸ de junho (01/06/2007) até o dia treze de julho (13/07/2007), além de um encontro final ocorrido no dia dez de agosto (10/08/2007) a fim de termos uma conversa geral sobre os Jogos Pan-americanos Rio-2007 e também para a aplicação do questionário referente aos sujeitos e às mediações.

Entre o dia 01/06/2007 até o dia 13/07/2007, foram 5 (cinco) encontros com o pequeno grupo (o sexto encontro não se encontra nesta relação porque foi realizado no dia 10 de agosto), sempre realizados em uma das salas de aula da escola dos sujeitos. Os encontros foram realizados nas sextas-feiras, já que houve um acerto com os participantes de que este

⁴⁸ Justifica-se a escolha desta data por considerarmos que faltando em torno de um mês e meio para a realização dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 as notícias e informações sobre o evento seriam veiculadas em uma quantidade ainda maior e de forma mais intensa.

dia seria mais adequado para suas participações na pesquisa. Em relação à duração de cada encontro, variava entre uma hora e uma hora e meia, não passando disso.

Nos encontros, fazíamos um pequeno círculo e no seu interior colocávamos um gravador de voz, a fim de registrar tudo que era dito pelos participantes (já que houve o consentimento de todos para que as gravações fossem feitas).

Para a coleta de dados desta segunda etapa, foram criados questionários-recordatários (conforme Apêndice 3), os quais eram entregues para serem preenchidos pelos alunos durante a semana e devolvidos no próximo encontro. No total, foram 22 (vinte e dois) questionários-recordatários preenchidos que foram recolhidos durante o acompanhamento com os sujeitos.

Para o preenchimento do questionário-recordatário, havia um espaço destinado ao local onde o aluno/sujeito viu/ouviu determinada informação referente aos Jogos Pan-americanos Rio-2007 e ao lado deveria preencher o que havia visto/se informado, ou seja, a notícia/informação em si – isso durante todos os dias da semana. Combinamos que tudo que fosse informado/noticiado pela mídia em geral sobre os Jogos Pan-americanos Rio-2007 poderia ser transcrito para os questionários-recordatários, incluindo, inclusive, conversas informais (na escola, em casa, entre amigos etc.).

Além disso, utilizamos a estratégia de *grupos de discussão* em nossos encontros, em que o pesquisador elaborava um roteiro a ser discutido/conversado em cada encontro referente aos Jogos Pan-americanos Rio-2007 e que gerava discussões com o grupo, permitindo, em seguida, a transcrição de tais conversas que constituem também os dados empíricos desta pesquisa (os cinco arquivos de voz estão em formato “som wave”, foram executados no programa *Windows Media Player 9* e transcritos no programa *Microsoft Word versão 2003*, gerando outros cinco arquivos em formato “doc”).

Desta maneira, portanto, é que se procurou fazer o acompanhamento da recepção ao discurso midiático-esportivo destes jovens, procurando perceber como receberam e interpretaram as informações sobre este grande evento esportivo realizado no Rio de Janeiro em julho de 2007.

Em seguida, apresentamos, em ordem cronológica, como se configurou cada um dos encontros, a fim de facilitar a compreensão de como ocorreu o acompanhamento deste pequeno grupo.

3.3.1 – 1º encontro – 1º de junho de 2007

Neste dia, o primeiro com o pequeno grupo constituído, conversei com os 04 (quatro) sujeitos participantes sobre a pesquisa em si e o motivo de eles estarem fazendo parte da

mesma, o que já gerava uma certa curiosidade nos alunos. Tirei algumas dúvidas com eles e aproveitamos para combinar com relação ao local, datas e horários dos próximos encontros. Também trocamos informações com relação a e-mail e telefones para contato, em caso de alguma excepcionalidade.

Como na próxima semana a sexta-feira, dia 08/06, não teria aula em função do prolongamento do feriado de *Corpus Christi* (dia 07/06, quinta-feira), combinamos que não nos encontraríamos, ficando marcada a data de 15/06 (quinze de junho) como a do nosso próximo encontro.

Por isso, foram entregues 02 (dois) questionários-recordatários para cada um dos participantes, que deveriam devolvê-los, preenchidos, na data marcada.

3.3.2 – 2º encontro – 15 de junho de 2007

Como havíamos combinado, neste dia, o primeiro que haveria gravação das nossas conversas, recolhi os 08 (oito) questionários recordatários e em seguida já entreguei, novamente, 01 (um) questionário-recordatário para cada participante (estavam os quatro alunos presentes) preencher durante a próxima semana.

Combinamos que o próximo encontro seria na semana seguinte, na sexta-feira próxima, dia vinte e dois de junho, no mesmo local e no mesmo horário.

Abaixo apresento a ementa do encontro juntamente com as questões que balizaram nossa conversa.

Ementa:

Conversar a respeito de notícias/informações relacionadas aos Jogos Pan-americanos Rio-2007 com os sujeitos da pesquisa, buscando encontrar elementos que se configuram em estratégias de agendamento realizado pelo discurso midiático-esportivo referente a este grande evento esportivo realizado no Brasil.

Questões abordadas:

- Perguntas introdutórias a partir das respostas⁴⁹ dos sujeitos quando responderam o questionário da primeira etapa.

⁴⁹ As respostas obtidas dos quatro sujeitos e acabaram resultando na escolha dos mesmos para constituir a amostra deste estudo foram as seguintes: DUDA (“*O Panamericano é um evento já tradicional que acontece nas Américas, nele todos os países disputam mais de 30 modalidades esportivas, a premiação acontece em forma de medalhas (ouro, prata ou bronze), isso não envolve só uma competição esportiva, mas também ocasiona uma intensa movimentação econômica no país-sede (Brasil). O evento vai trazer muitas mudanças para nós. Tomara que estas sejam boas.*”); HUGO (“*O evento causou uma grande mudança em muitas coisas no país, muitos*

- Os Jogos Pan-americanos mobilizam tanta atenção como os Jogos Olímpicos mobilizam? Por quê? Apenas estes Jogos Pan-americanos, por serem no Brasil, mobilizam tanta atenção da mídia brasileira?
- Saberiam dizer quantos dias faltam para o Pan? Onde viram essa informação?
- Em casa (pais, irmãos) houve alguma conversa sobre o Pan? E com os amigos? E na escola? E nas aulas de Educação Física? Se sim, o que se falou?
- Viram ou acompanharam o percurso da tocha do Pan? O que acontece nas cidades que ela chega? Se os Jogos são realizados no Rio de Janeiro, por que passa por todas essas cidades?
- Viram ou perceberam algo relacionado à publicidade? Onde? Como vêm? Por que acham que ela está envolvida? Sentem-se atraídos ou influenciados por ela?
- Perguntar sobre o desejo brasileiro de sediar a Copa do Mundo de 2014.
- Eleger e comentar a notícia/informação que mais chamou a atenção.

3.3.3 – 3º encontro – 22 de junho de 2007

Neste terceiro encontro, o segundo em que as conversas foram gravadas, realizado no dia vinte e dois de junho do ano de dois mil e sete, participaram os 04 (quatro) sujeitos. No início do encontro, recolhi os 04 (quatro) questionários-recordatários entregues no encontro passado e que estavam preenchidos e, ao final do encontro, cada um dos participantes recebeu, novamente, 01 (um) questionário-recordatário para preencher durante a semana.

Marcamos a data de 29/06, a próxima sexta-feira, para o nosso quarto encontro.

Em seguida, apresento a ementa deste encontro com as questões que foram tratadas (bastante parecidas com as do encontro do dia 15/06/2007).

Ementa:

Por meio de conversas com o pequeno grupo, tratar das questões que envolvem o discurso midiático-esportivo que se caracteriza em agendamento referente aos Jogos Pan-americanos Rio-2007, principalmente com relação às informações trazidas pelos próprios sujeitos da pesquisa.

Questões abordadas:

lugares foram reformados em função do evento, ele integra muitos esportes e muitas pessoas.”); LELO (“Acho que pelo nome é restrito ao continente americano. É um evento em que competem vários atletas de modalidades diversas. O campeonato acontece numa cidade sede que no caso é o Rio de Janeiro.”) e HIKE (“Ah... É maior que um sulamericano e menor que uma olimpíada.”).

- Eleger e comentar a notícia/informação que mais chamou a atenção.
- Os Jogos Pan-americanos mobilizam tanta atenção como os Jogos Olímpicos mobilizam? Sem sim, por quê? Apenas estes Jogos Pan-americanos, por serem no Brasil, mobilizam tanta atenção da mídia brasileira?
- Saberiam dizer quantos dias faltam para o Pan? Onde viram essa informação?
- Em casa (pais, irmãos) houve alguma conversa sobre o Pan? E com os amigos? E na escola? E nas aulas de Educação Física? Se sim, o que se falou?
- Viram ou acompanharam o percurso da tocha do Pan? O que acontece nas cidades que ela chega? Se os Jogos são realizados no Rio de Janeiro, por que passa por todas essas cidades?
- Viram ou perceberam algo relacionado à publicidade? Onde? Como vêm? Por que acham que ela está envolvida? Sentem-se atraídos ou influenciados por ela?
- Perguntar sobre o desejo brasileiro de sediar a Copa do Mundo de 2014.

3.3.4 – 4º encontro – 29 de junho de 2007

Neste quarto encontro, o terceiro com gravação do grupo de discussão, foram recolhidos 04 (quatro) questionários-recordatários e combinamos a data de 13/07 (treze de julho) como o nosso próximo encontro para conversas sobre o discurso midiático-esportivo referente aos Jogos Pan-americanos Rio-2007. Por isso, ao final deste encontro, foram entregues outros 08 (oito) questionários, dois para cada um dos participantes, que teriam duas semanas para preenchê-los.

Neste dia também combinamos, para o encontro do dia 13/07, a respeito da leitura e comentários de uma reportagem sobre o Pan que foi publicada na revista *Carta Capital* (conforme Anexo 1). Tal reportagem seria reproduzida em xérox e cada aluno receberia uma cópia para fazer a leitura e posteriormente, em nosso encontro, discutir sobre o tema.

Na seqüência apresento a ementa deste encontro com as questões que foram tratadas.

Ementa:

Seguindo a mesma estratégia dos primeiros encontros, em que o pesquisador vai colocando alguns assuntos referentes aos Jogos Pan-americanos Rio-2007 para serem tratados pelos sujeitos pesquisados, objetiva-se compreender um pouco mais as estratégias de agendamento esportivo visualizadas (ou não) pelos alunos participantes da pesquisa ao acompanharem o discurso midiático-esportivo.

Questões abordadas:

- Eleger a notícia que mais chamou atenção a respeito dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 na semana que passou. Onde viu/leu/ouviu?
- Saberá dizer quantos dias faltam para a abertura dos Jogos Pan-americanos Rio-2007?
- Já ouviram falar do “pan do Brasil”? Ou é “Jogos Pan-americanos Rio-2007”?
- Estão acompanhando o percurso da tocha do Pan?
- Assistiram a transmissão de algum esporte na televisão durante a semana? Em algum momento falou-se dos Jogos Pan-americanos Rio-2007? (por exemplo, durante transmissão da Copa América, falou-se do Pan?)
- Com amigos ou em casa/pais, falou-se sobre o assunto? E na escola? E na aula de Educação Física?
- Ouve-se falar de atletas “desconhecidos” ou aparecem sempre os “ídolos”? Se isso acontece, por quê?
- Relação com atletas catarinenses – a televisão mostrou alguma coisa deles?
- Quanto à publicidade, perceberam alguma coisa durante a semana?

3.3.5 – 5º encontro – 13 de julho de 2007

Neste dia, além da já habitual estratégia de grupo de discussão, havíamos combinado que além da nossa conversa sobre as notícias/informações sobre os Jogos Pan-americanos Rio-2007, também conversaríamos a respeito da reportagem publicada na revista *Carta Capital* (entregue a cada um dos sujeitos no encontro passado).

Dos 04 (quatro) sujeitos envolvidos com a pesquisa, apenas 02 (dois) deles compareceram e participaram, os outros 02 (dois) justificaram suas ausências. Foram recolhidos, neste dia, 06 (seis) questionários-recordatários (um dos sujeitos ausentes deixou os seus dois questionários para o colega entregar ao pesquisador; e outro posteriormente alegou ter perdido seus questionários-recordatários e, portanto, não entregou mais). Talvez as duas ausências se justifiquem, também, porque nesta semana havia começado o período de férias na escola.

Combinamos o próximo (e último) encontro para o dia 10/08 (dez de agosto), quando já estariam voltando às aulas na escola, data em que seria aplicado um questionário (conforme Apêndice 4) e faríamos nossa última conversa.

Abaixo apresento a ementa e as questões principais abordadas neste encontro.

Ementa:

Conversar a respeito do discurso midiático-esportivo dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 e também sobre a reportagem sobre este evento publicada na Revista *Carta Capital*.

Questões abordadas:

- Eleger e comentar a respeito da notícia que mais chamou a atenção.
- Quantos dias faltam para a abertura dos Jogos Pan-americanos Rio-2007?
- Aspectos da relação entre o evento e a publicidade.
- Conversaram em casa sobre o Pan? E na escola? Nas aulas de Educação Física?
- A participação de atletas catarinenses no evento.
- “O pan do Brasil”.
- Os atletas que “mais aparecem”: os ídolos e a mídia.
- Gastos com o Pan.
- Com relação à reportagem publicada na revista *Carta Capital* conversamos sobre os seguintes tópicos:
 - ✓ Idéia principal da reportagem.
 - ✓ Percebem relação entre esporte e política, ou outras relações? Quais?
 - ✓ Qual seria o legado dos Jogos Pan-americanos Rio-2007? E o que efetivamente ficará? Justifica-se tanto gasto público? Como vêm/se vêm tais gastos (públicos) num único evento em um país como o Brasil, que tem algumas necessidades mais urgentes (educação, saúde, segurança, etc.)?
 - ✓ Essas notícias/informações são mostradas/apresentadas na televisão/internet onde vocês mais vêem notícias? Se não, por quê?
 - ✓ Investir em estrutura física e não na base do esporte – não é uma incoerência?

3.3.6 – 6º encontro – 10 de agosto de 2007

Foi o último encontro, que contou com a participação de 03 (três) sujeitos, já que um avisou que não poderia estar presente.

Durante o encontro, aplicamos um questionário (ver Apêndice 4) que serviria para caracterizar os sujeitos envolvidos com a pesquisa e suas mediações. Também conversamos sobre aspectos gerais dos Jogos Pan-americanos, conforme apresento abaixo, juntamente com a ementa.

Ementa:

Preencher o questionário para caracterização dos sujeitos e mediações e realizar uma conversa de forma geral referente aos Jogos Pan-americanos Rio-2007, procurando selecionar em suas respostas uma avaliação da realização deste evento aqui no Brasil, bem como aspectos da cobertura jornalística e da forma como os sujeitos acompanharam as notícias sobre o Pan.

Questões abordadas:

- O que acharam do Pan? Acompanharam?
- O que pensam a respeito da cobertura jornalística feita no Pan?
- Em relação ao “legado do pan”, o que fica?

3.4 – O acompanhamento feito por meio dos questionários-recordatários e com os grupos de discussão

De acordo com os 22 (vinte e dois) questionários-recordatários preenchidos e recolhidos durante os 42 (quarenta e dois) dias de acompanhamento do discurso midiático-esportivo referente aos Jogos Pan-americanos Rio-2007, os sujeitos participantes desta pesquisa mencionaram 189 (cento e oitenta e nove) referências sobre o evento e suas relações, com a seguinte distribuição, conforme o Quadro 07:

Quadro 07: Referências citadas nos questionários-recordatários

Fonte	Televisão		Internet		Não-especificados		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Quantidade de referências	114	60,32	70	37,03	05	2,65	189	100

A seguir apresentamos dois quadros com suas respectivas descrições, o primeiro (Quadro 08) com relação aos dados das emissoras e programas televisivos citados pelos alunos em seus questionários-recordatários e o segundo (Quadro 09) referente aos dados obtidos na internet.

Quadro 08: Emissoras/programas de televisão citados nos questionários-recordatários

REDE GLOBO			SPORTV			BAND		
<i>Programa</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>Programa</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>Programa</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Globo Esporte	55	48,25	SporTV News	23	20,18	Jogo Aberto	02	1,75
Esporte Espetacular	09	7,89	Redação SporTV	04	3,51	Band Esporte Clube	02	1,75
Jornal Nacional	03	2,63	Arena SporTV	03	2,63	-	-	-
Fantástico	03	2,63	Tá na área	03	2,63	-	-	-
Jornal Hoje	01	0,88	Bem amigos	01	0,88	-	-	-
Globo Notícias	01	0,88	-	-	-	-	-	-
Propagandas	01	0,88	-	-	-	-	-	-
Transmissão esportiva	01	0,88	-	-	-	-	-	-
Prog. não especificado	02	1,75	-	-	-	-	-	-
TOTAL	76	66,67	TOTAL	34	29,83	TOTAL	04	3,50

Por meio do Quadro 08, verificamos que a emissora *Rede Globo de Televisão* é a mais citada pelos sujeitos investigados, com 76 (setenta e seis) menções, perfazendo um total de 66,67%.

Dentre os programas mencionados pelos sujeitos, o *Globo Esporte*, programa esportivo diário veiculado no horário do meio-dia e de grande audiência em todo o Brasil foi o que mais recebeu citações, 55 (cinquenta e cinco) vezes, ou seja, 48,25% do total de todas as notícias relacionadas à televisão.

O programa *Esporte Espetacular*, veiculado uma vez por semana, aos domingos pela manhã, foi o segundo mais citado dentre os assistidos na *Rede Globo*, com 09 (nove) indicações, totalizando 7,89%.

Os programas jornalísticos: *Jornal Nacional* (de veiculação diária em horário nobre, exceto aos domingos, considerado o de maior influência em âmbito brasileiro) e *Fantástico* (veiculado aos domingos à noite, em formato de revista eletrônica e também de grande audiência nacional) tiveram 03 (três) indicações cada, o que corresponde a 2,63%.

Com 01 (uma) indicação cada ficaram: *Jornal Hoje* (de veiculação diária de segunda a sábado, no início da tarde); *Globo Notícias* (notícias com o principal dos acontecimentos do Brasil e do mundo durante a tarde veiculadas de segunda a sexta no final da tarde); as propagandas (publicidade) veiculadas nesta emissora; e também uma *transmissão esportiva* (jogo de futebol da seleção brasileira) – cada uma dessas indicações corresponde a 0,88%. Também foram citados 02 (dois) programas que não foram especificados (1,75%).

Em seguida, aparece a emissora de televisão por assinatura chamada *SporTV* (também do Grupo Globo) e com programação exclusivamente esportiva. Ela foi citada 34 (trinta e quatro) vezes, totalizando 29,83%. Dentre sua programação, foram citados os programas *SporTV News* (23 vezes, 20,18%), *Redação SporTV* (04 vezes, 3,51%), *Arena SporTV* e *Tá na área* (03 vezes cada um, 2,63%) e *Bem amigos* (01 vez, 0,88%).

A emissora de televisão *Band* aparece em último lugar entre as televisões citadas, com 04 (quatro) menções pelos sujeitos em seus questionários-recordatórios (3,50%). Foram citados os programas *Jogo Aberto* e *Band Esporte Clube*.

Quadro 09: Sites de internet citados pelos alunos nos questionários-recordatários

Sites citados	Quantidade de referências	
	N	%
Globo.com	41	58,57
Globoesporte.com	07	10,00
Internet em geral (outros)	22	31,43
TOTAL	70	100

Com relação à internet, que obteve 70 (setenta) menções citadas pelos sujeitos pesquisados em seus questionários-recordatários ao observarem o discurso midiático-esportivo relacionado aos Jogos Pan-americanos Rio-2007, o site de internet *Globo.com*, também do Grupo Globo, foi citado 41 (quarenta e uma) vezes, perfazendo um total de 58,57% do total de todas as notícias/reportagens citadas. Tal veículo de informação é um portal de notícias das mais variadas, inclusive esportivas.

Também foi citado o site *Globoesporte.com*, com conteúdo exclusivamente esportivo. Este site foi citado 07 (sete) vezes, totalizando 10%.

Pelas indicações dos sujeitos, a *internet em geral* (os sites em que se obtiveram tais informações e que seus endereços não foram especificados, além do site do clube de futebol Flamengo) foi citada 22 (vinte e duas) vezes como o veículo de informação em que mais se basearam para acompanhar o discurso midiático-esportivo relacionado aos Jogos Pan-americanos Rio-2007, o que corresponde a 31,43% das referências relatadas nos questionários-recordatários.

Para finalizar a apresentação dos dados contidos no Quadro 07, já que até aqui se comentou a respeito da *televisão* e da *internet* (Quadros 08 e 09, respectivamente), é necessário ainda considerar as referências que não foram especificadas pelos sujeitos da pesquisa, as quais tiveram 05 (cinco) menções, totalizando 2,65% do total de referências citadas nos questionários-recordatários.

Em síntese, após esta apresentação dos dados presentes nos questionários-recordatários aplicados aos sujeitos desta pesquisa, podemos dizer que predominantemente há uma utilização dos veículos *televisão* e *internet* na obtenção e no acompanhamento de notícias referentes aos Jogos Pan-americanos Rio-2007. No caso do primeiro veículo midiático, a televisão, há um forte predomínio da *Rede Globo* (canal aberto) e da *SporTV* (televisão por assinatura); e no caso do segundo veículo, a internet, predomínio de conteúdos presentes em sites do Grupo Globo (*globo.com* e *globoesporte.com*), além daqueles sites citados mas não especificados.

Percebemos também a ausência de menções a outros veículos, principalmente os de mídia impressa (como jornais e revistas, por exemplo), o rádio (não foi citado) e até mesmo outras emissoras de televisão que poderiam ter em sua transmissão uma formatação/discurso diferenciado em relação às três emissoras que foram citadas pelos sujeitos (*Globo, SporTV e Band*).

Novamente é importante esclarecer que tais quantificações presentes neste estudo não têm por objetivo a generalização, em virtude da amostra bastante reduzida, mas sim a compreensão dos contextos aos quais tais sujeitos pesquisados fazem parte e possíveis relações com a Educação Física Escolar.

3.4.1 – As categorias elaboradas a partir dos dados dos questionários-recordatários e dos grupos de discussão: descrição e análise

Até o momento fizemos uma descrição quantitativa dos dados obtidos por meio dos questionários-recordatários preenchidos pelos alunos participantes, procurando situar um pouco mais o contexto ao qual tais jovens estão inseridos. A partir de agora, além dos dados dos questionários-recordatários, também farão parte da descrição o material analisado dos grupos de discussão, que servirá para dar maior sustentação às categorias elaboradas e, posteriormente, permitir uma análise e discussão mais ampla com a literatura existente.

Neste tópico apresentaremos os dados dos questionários-recordatários que passaram pelo tratamento da *análise qualitativa de conteúdo* (BARDIN, s/d). Estes dados referem-se às informações/notícias/comentários dos sujeitos pesquisados em relação àquilo que eles viram/ouviram/conversaram a respeito dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 e que foram sistematizados e organizados em 05 (cinco) categorias⁵⁰.

Seguindo as instruções de Bardin (s/d), inicialmente organizamos todo o material dos questionários-recordatários em um único documento. A partir de então, foram feitas algumas leituras para analisar aquilo que era mais recorrente e que poderia ser agrupado em torno de um eixo temático (o que poderíamos chamar de pré-análise). Em seguida, com os dados mais fáceis de serem agrupados/visualizados, considerando-se o contexto das informações/notícias, elaboramos 05 (cinco) categorias, que serão descritas a seguir e são apresentadas de forma sintética no Quadro 10, sendo sua disposição pela ordem decrescente de registros observados.

⁵⁰ Conforme Bardin (s/d), as categorias são constituídas pelas *unidades de referência* e pelas *unidades de contexto*. Ao longo do trabalho, para efeito de simplificação, passaremos a denominar as *categorias* pelos mesmos nomes que atribuímos às *unidades de referência*.

Extraídas dos dados colhidos no campo – recordatários e grupos de discussão – essas categorias podem ser identificadas como uma síntese das principais estratégias de agendamento dos Jogos Pan-Americanos empregadas pela mídia (de modo especial, a televisão e os sites na internet), que foram identificadas e às quais foram atribuídos significados, no processo de recepção ao discurso midiático-esportivo, pelos jovens estudantes. Obviamente, é provável que outros mecanismos de agendamento tenham sido mobilizados pela mídia, ainda que no presente estudo estas tenham sido as que foram detectadas e destacadas pelos sujeitos da recepção.

Essa observação contribui para a reflexão quanto ao principal objetivo deste estudo, que é compreender como os estudantes expressam a sua compreensão a respeito do discurso midiático-esportivo promovido para o agendamento do Pan Rio-2007. Assim, preliminarmente, podemos inferir que, de forma geral, a percepção dos alunos é bastante ampla e precisa, capaz de identificar nestes cinco (05) eixos – aqui consideradas como categorias de análise – os caminhos pelos quais, repetidamente, ao longo do período acompanhado, os meios os utilizaram para registrar previamente, na agenda social e esportiva do país, a realização dos Jogos no Brasil.

Quadro 10 – Identificação e apresentação das categorias

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

3.4.1.1 – Treinamento e delegações

Dentre as cinco categorias constituídas, a categoria que aqui chamamos de *Treinamento e delegações* foi a que mais recebeu menções dos sujeitos pesquisados, totalizando 120 (cento e vinte) notícias/informações relatadas pelos alunos no acompanhamento do discurso midiático-esportivo relacionado aos Jogos Pan-americanos Rio-2007.

A categoria se refere aos registros que informavam sobre o treinamento feito para disputar o Pan e as preocupações anteriores ao evento como as convocações, ou seja, aspectos relacionados às questões técnicas da preparação, não apenas dos atletas da delegação brasileira, mas também das delegações de outros países participantes (com ênfase nos atletas brasileiros).

Quando se iniciou o acompanhamento por meio dos questionários-recordatários (início de junho), os alunos relataram nesses instrumentos algumas informações/notícias que destacavam competições que antecederam o Pan-americano Rio-2007 e que teve participação brasileira, seja em modalidades individuais ou coletivas.

As notícias informavam atletas e equipes de diversas modalidades, como nado sincronizado, handebol, caratê, patinação, tênis, vôlei de praia, atletismo, ciclismo – em eventos preparatórios para os Jogos Pan-americanos Rio-2007. Podemos citar como exemplos os seguintes registros⁵¹:

- *“Juliana e Larissa conquistam o bronze na Copa do Mundo.”*
- *“Os caratecas do Brasil conseguiram um 6º lugar no México.”*
- *“Brasil vence o Canadá no Pan de Handebol, alcança as semifinais e enfrenta a República Dominicana.”*
- *“Brasil e Argentina decidem o ouro no Pan de handebol.”*
- *“Seleção feminina de handebol conquista o hexa em Santo Domingo, e de quebra uma vaga no Mundial.”*
- *“Mais de 30 tenistas lutam por uma vaga no Pan, em Curitiba.”*
- *“Campeonato decide equipe de patinação para o Pan, dia 15.”*
- *“Vôlei de praia: disputa masculina para vaga no Pan está na reta final, disputada na Croácia.”*

⁵¹ Os registros abaixo encontram-se entre aspas porque foram copiados literalmente dos questionários-recordatários, não se constituindo, portanto, em transcrições da própria mídia.

- *“Seletiva de tênis perto do final.”*
- *“Brasileiro bate recorde no salto com vara.”*
- *“Brasil lidera campeonato sul-americano de atletismo.”*
- *“Mountain-bike: atletas competem de olho no Pan.”*

No decorrer do acompanhamento, os alunos relataram notícias/informações que manifestavam preocupações anteriores aos Jogos e também questões ligadas ao treinamento para o grande evento esportivo. Notícias essas, em sua maioria, referentes à atletas da delegação brasileira. Conforme foi se aproximando o início dos Jogos Pan-americanos, notícias de outros países também passaram a ser citadas. Abaixo mostramos alguns exemplos:

- *“Atleta da vela teme pela previsão de pouco vento na época do Pan do Rio.”*
- *“Hugo Hoyama treina para o Pan no Japão.”*
- *“Guga treina firme para quem sabe participar do Pan.”*
- *“Vanderlei treina na altitude.”*
- *“Janeth ansiosa para o Pan.”*
- *“Handebol: luta no gol é intensa.”*
- *“Nalbert sente a coxa e é dúvida para o Pan.”*
- *“Nalbert praticamente fora do Pan.”*
- *“Médico confia na volta de Nalbert.”*
- *“A seleção sub-17 faz uma espécie de treino para o pan, participa de um campeonato na Coreia.”*
- *“Seleção de pólo treina na Califórnia.”*
- *“Zé Roberto avalia adversários no Pan.”*
- *“Triatlo: tricampeão treina na altitude.”*
- *“Bernardinho prevê pedreira no Pan.”*
- *“Seleção de ciclismo em crise.”*
- *“Atletas dos esportes aquáticos treinam no Rio.”*
- *“Atletas fazem sacrifícios pelo Pan.”*
- *“Países participantes traçam suas metas.”*
- *“Países participantes se preparam.”*
- *“Chileno é favorito no tênis.”*
- *“Colombiana favorita no ciclismo.”*
- *“Atletas ansiosos para o Pan.”*

- “*Ginástica de gala inaugura arena, Daiane se machuca.*”
- “*Atletas nos preparativos.*”
- “*Delegações ansiosas para o Pan, preparativos continuam.*”

As notícias/informações referentes não só a atletas da delegação brasileira, mas de diversos países, enfatizando equipes/atletas que foram confirmando suas vagas para participar dos Jogos Pan-americanos, bem como as convocações também fazem parte dos registros que constituem a categoria *Treinamento e Delegações*.

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

Para ilustrar, em seguida apresentamos exemplos desses registros que foram citados ao longo do acompanhamento:

- “*Argentina convoca sua seleção.*”
- “*Velejador Alexandre Saldanha disputará Pan.*”
- “*Bernardinho afirma que renovação da seleção masculina de vôlei já começou.*”
- “*Seleção de basquete dos EUA convoca jogadores universitários para jogar no Rio.*”
- “*Ciclismo já tem seus representantes do Pan do Rio.*”
- “*César Almeida do hipismo obtém primeira vaga no Pan.*”
- “*Tênis de mesa: equipe brasileira do Pan é formada.*”
- “*Presidente da Confederação Brasileira de Hipismo estipula prazo para confirmar participação de cavaleiros no Pan.*”
- “*Polêmica na equipe de hipismo: participante pode mudar.*”
- “*Convocação do caratê causa polêmica.*”
- “*Convocada seleção feminina de softbol.*”
- “*Vôlei: elenco será repeteco de 2003.*”
- “*Janeth prepara o adeus pela seleção no Pan.*”
- “*Rodrigo Pessoa decide ir ao Pan.*”
- “*Teliana Pereira é a tenista classificada para o Pan.*”
- “*Pan terá medalhistas olímpicos do México.*”
- “*Definida a seleção de boxe para o Pan.*”

- *“Beisebol: divulgada a lista dos convocados para o Pan.”*
- *“Futsal: seleção convocada para o Pan.”*
- *“Ricardo e Emanuel garantem vaga para o Pan.”*
- *“Guga está fora dos Jogos Pan-americanos.”*
- *“Nado sincronizado já tem representantes.”*
- *“Definida a seleção de pólo.”*
- *“Guga abre mão do Pan, Melo questiona e Sareta comemora convocação.”*
- *“60% da delegação brasileira está definida.”*
- *“Equipe de hipismo está definida.”*
- *“Handebol: seleção feminina é convocada.”*
- *“Jardel não competirá no salto em distância.”*
- *“Maureen desiste do salto triplo.”*
- *“Zé Roberto define a seleção para o Pan.”*
- *“Marta confirma que jogará o Pan”*
- *“Seleção de beisebol do Panamá resolve participar do Pan.”*
- *“Fabiana Meurer vai ao pan no salto com vara.”*
- *“Jardel Gregório confirma vaga no Pan.”*
- *“Definida seleção de ginástica artística masculina.”*
- *“CBH tira Vitor Alves do Pan.”*
- *“Vitor Alves volta à seleção de hipismo.”*
- *“Seleção de basquete definida.”*
- *“Daiane vai para o Pan.”*
- *“Daiane confirma presença, faltando 3 dias.”*
- *“CBH tira Vitor Alves do Pan.”*
- *“Vitor Alves ainda briga por vaga.”*

A polêmica em torno da equipe de hipismo que representaria o Brasil foi bastante citada nos questionários-recordatórios, além de ser citada pelos sujeitos nas conversas durante o grupo de discussão, e que apresentamos em seguida com o intuito de reforçar o conteúdo da categoria *Treinamento e Delegações*.

No encontro do dia 15 de junho, um dos sujeitos, ao relatar a informação que achou mais importante, escolheu a seguinte: “Ah... talvez eu acho que essa coisa do Rodrigo Pessoa, que de fato é um atleta de fora, que não é do futebol... que ele tem poderes.” (HIKE, 15/06/2007)

Um outro sujeito também citou fatos desta polêmica envolvendo o hipismo brasileiro como a notícia que ele achou mais importante sobre os Jogos Pan-americanos naquele momento: “aquela história da convocação da CBH – Confederação Brasileira de Hipismo) pro Pan.” (LELO, 15/06/2007)

No encontro do dia 22 de junho dois sujeitos fizeram menção aos temas desta categoria, quando perguntados qual a notícia em relação aos Jogos Pan-americanos que haviam considerado a que mais chamou atenção, um deles citou o corte de um jogador da seleção brasileira de futebol e o outro falou das definições das equipes, conforme seguem as transcrições:

[a notícia que chamou mais atenção foi a] do Michel Schmoler, jogador que era da seleção sub-17 ele ia participar da seleção no pan-americano só que depois descobriram que a identidade tava errado, e daí ele foi tirado do Pan-americano. (HUGO, 22/06/2007).

A cada semana que vai chegando mais perto tem mais notícias. Nessa semana tem um monte de notícias. Assim (...) as equipes que estão se definindo né... a do handebol, a do tênis. (DUDA, 22/06/2007).

Em 29 de junho de 2007, durante o grupo de discussão, outros relatos com relação ao conteúdo desta categoria apareceram. Abaixo são descritas as transcrições:

[a notícia que mais chamou atenção] foi que Honduras vai pro Pan só pra participar, eles nem querem ganhar medalha em nada. (LELO, 29/06/2007).

Assim... nessa semana tava que nem nas outras (...) as seleções se definindo... as provas, tal... (DUDA, 29/06/2007).

As indefinições no hipismo está rolando ainda... parece que na quinta-feira, teve um cara lá na CBH mandou um cara participar (...) ele conseguiu a vaga na justiça né! Parece que na quarta ou quinta-feira já saiu de novo (...) sei lá... mais uma vez, não é querer falar mal... mas acho que isso já deveria estar pronto... o cara sabendo que vai estar no Pan dez dias antes? (DUDA, 29/06/2007).

No encontro do dia 13 de julho, data da abertura oficial dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, nenhum dos sujeitos se referiu ou mencionou sobre qualquer informação que tivesse como tema aspectos do *treinamento e delegações*, o que se supõe que notícias referentes à preparação, ao treinamento, e da composição e confirmação das delegações já havia sido feitas em momentos anteriores aos Jogos, e que a partir de então, outros fatos mereciam mais atenção e seriam veiculados, como por exemplo, a própria cerimônia de

abertura, os primeiros resultados, as primeiras vitórias e medalhas, os primeiros destaques, entre outros.

Procurando interpretar e discutir em relação a esta categoria, podemos dizer, ao analisar seu contexto, que ela se constituiu em um dos temas observados pelos sujeitos pesquisados em relação ao agendamento realizado pelo discurso midiático-esportivo dos Jogos Pan-americanos Rio-2007.

A mídia, principalmente os veículos televisão e internet, que predominaram nas respostas dos sujeitos da pesquisa (com quase 98% das referências, conforme Quadro 07), tem como uma de suas primeiras estratégias, ao pautar um acontecimento ou evento, como no caso dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, apresentar nomes, criar expectativas e assim, aos poucos, criar um vínculo (uma identificação) entre os espectadores/torcedores com o evento que aconteceria a seguir.

Neste caso, como o acompanhamento do pequeno grupo ocorreu em um período de tempo pouco superior a um mês antes do início do evento esportivo (foram 42 dias de acompanhamento), o que se observou é que as informações e notícias procuravam destacar os aspectos técnicos da preparação dos atletas e delegações para os Jogos, e nisso estavam incluídas as competições anteriores ao evento, que funcionavam como uma espécie de “preparação”, um “treinamento” para os Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Desta maneira, no decorrer do tempo, os nomes dos principais atletas da delegação brasileira foram aparecendo na mídia (aqui damos ênfase apenas aos atletas brasileiros, mas é necessário que se diga que as outras delegações, embora em quantidade muito menor, também foram consideradas nas notícias citadas pelos sujeitos ao observarem a mídia), por meio de notícias que destacavam sua preparação ou participação em competições anteriores.

Podemos dizer que se o *agendamento* é uma forma como a mídia, em seu conjunto e à sua maneira tem em apresentar ao público sobre aquilo que é necessário ter uma opinião e discutir (TRAQUINA, 2001), ao apresentar principalmente os atletas brasileiros que participariam dos Jogos, os veículos midiáticos tiveram, entre tantas pretensões possíveis, ao menos duas que podemos discutir neste momento.

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

Com relação à primeira – *identificação do público com os Jogos Pan-americanos* – acreditamos que a operacionalização desta estratégia, no interior da categoria *Treinamento e Delegações*, revelou-se devido a mídia se utilizar dos grandes nomes do esporte nacional como algo “noticiável”, atletas que já são bastante conhecidos do público e que, portanto, “chamam a atenção”, como por exemplo: Guga, Vanderlei Cordeiro, Janeth, Nalbert, Ricardo e Emanuel, Rodrigo Pessoa, Daiane dos Santos, Jardel Gregório, Maureen Maggi, Marta, Hugo Hoyama (e também dos técnicos das seleções masculina e feminina de voleibol, Bernardinho e Zé Roberto, respectivamente).

Já em relação à segunda – *dialética local/global* – é por considerar que a mídia utiliza os atletas locais para contar sobre um evento global (no caso do Pan Rio-2007, um evento hemisférico), algo que acontece tanto em relação aos atletas catarinenses, no caso de uma identificação com a população catarinense, como aos atletas brasileiros, em se tratando da população brasileira em geral.

Particularmente aos 49 (quarenta e nove) atletas catarinenses que estavam participando dos Jogos, os sujeitos da pesquisa demonstraram pouco conhecimento dos atletas locais, o que pode ter ocorrido por dois motivos: (1) porque realmente a mídia local, ao ser acompanhada pelos sujeitos, não enfatizou os atletas do estado de Santa Catarina ou da cidade de Florianópolis; (2) ou pela baixa expectativa de bons resultados/medalhas desses atletas é que a mídia local acabou não dando tanta atenção e utilizando esta estratégia.

Apenas para ilustrar esta discussão sobre os atletas locais, no caso os catarinenses, apresentamos alguns fragmentos transcritos de dois grupos de discussão (dias 22 de junho e 13 de julho), quando os sujeitos expressaram a respeito do assunto:

Grupo de Discussão – 22 de junho de 2007

PESQUISADOR: (...) vocês sabem de algum outro atleta de Santa Catarina que vai participar do Pan? (...)

HUGO: acho que eu não sei...

HIKE: o casal lá...

DUDA: o Eduardo Fischer não vai? Acho que vai...

PESQUISADOR: o nadador? Vai...

DUDA: ele é daqui né?

PESQUISADOR: é! Joinville.

HIKE: não tinha aqueles dois da *Natatorium*?

DUDA: é, o casal de judô da *Natatorium*...

LELO: da *Natatorium*? Que que é isso?

DUDA: academia!

PESQUISADOR: de qual modalidade? Judô?

DUDA: é!

PESQUISADOR: esses aí que vocês conhecem de atleta local então?

DUDA: é... tinha o Guga que agora não vai mais né!

HIKE: é!

DUDA: que tinha chances de ir... acho que só... deve ter mais né...

HIKE: deve ter mais, mas não com chance de pra ir muito longe...

DUDA: deve ter gente que participa do vôlei masculino ou no futebol que a gente não sabe, a gente presta atenção mais nos individuais... assim, no tênis, ginástica...

Grupo de Discussão – 13 de julho de 2007

PESQUISADOR: vocês viram alguma coisa sobre os atletas catarinenses que vão participar do Pan?

HIKE: eu vi hoje que acho que a natação só tem um! É, acho que é isso!

HUGO: eu vi que a menina que faz remo que vai pro Pan aqui de Santa Catarina ela concorreu à musa do Pan, que foi feito aquele concurso no Fantástico.

PESQUISADOR: do remo?

HUGO: É!

HIKE: é! A Beltrame...

PESQUISADOR: a Fabiana Beltrame! O que que ela fez?

HUGO: ela participou de uma votação assim que o público escolheu a musa do Pan. Daí ela tava concorrendo. Tinha ela, as gemas do...

HIKE: do salto...

(...)

PESQUISADOR: e não deu a colocação da catarinense?

HUGO: não, só a primeira...

PESQUISADOR: então de atletas locais, o que teve foi só isso? Hike viu, ou acha que viu só um da natação...que só tem um da natação...

HIKE: é... um cara que tá com o mesmo treinador...

PESQUISADOR: não é o Eduardo Deboni?

HIKE: é, eu acho que é!

PESQUISADOR: o mesmo que foi do Xuxa?

HIKE: É! O mesmo treinador do Xuxa...

Quanto aos atletas brasileiros, como já foi dito anteriormente, estes foram muito enfatizados pela mídia e isto foi percebido e relatado pelos sujeitos tanto nos questionários- recordatários como nas conversas durante os grupos de discussão. Abaixo apresentamos algumas transcrições dos grupos de discussão para exemplificar os comentários dos sujeitos sobre relação mídia/ídolos:

Grupo de discussão – 15 de junho de 2007

PESQUISADOR: e vocês vêem bastante usarem os atletas de renome, os mais famosos?

HUGO: ah sim... geralmente é os que já foram campeões de alguma coisa, tipo de atletismo alguém que já foi campeão...

HIKE: tipo o Jardel Gregório que bateu o recorde...

DUDA: o Guga abriu mão dos Jogos pan-americanos, não vai participar...

LELO: é.. ele não vai...

Grupo de discussão – 22 de junho de 2007

HIKE: ah, eu esqueci de dizer, eu não sei se, na internet eu vi que o Nalbert se contundiu...

DUDA: isso... é.. é verdade!

HIKE: e daí é bem difícil de ele ir...

DUDA: é dúvida pro Pan...

HIKE: é bem dúvida pro Pan!

DUDA: parece que ele não vai mais pro Pan...

LELO: é, não vai mais!

HIKE: parece que ele sentiu a coxa...

Grupo de discussão – 29 de junho de 2007

HUGO: eu ouço falar... assim...vai bastante gente que geralmente não tem muita expressão, mas os que tem mais expressão são os famosos...

PESQUISADOR: acabam dando mais destaque pros famosos?

DUDA: é! Acho que eles falam dos famosos (...)

(...)

HUGO: é (...) eles até podem falar sobre todos, mas dão mais ênfase mesmo pros famosos....

DUDA: é! Geralmente dão pro vôlei, pro futebol....

HUGO: pro atletismo...

DUDA: pra seleção de basquete eu não sei...

(...)

DUDA: natação acho que também falam bastante...Das outras modalidades assim eu não vejo nada... esgrima, softbol, badminton, pentatlo não se ouve... E tem muito atleta que a gente não sabe nem o nome por isso... é!

HIKE: eu também acho que dão preferência pros famosos né... pros não famosos só dão aquela faladinha, sabe... pro mais famoso ele já ganha reportagem (...)

LELO: acho... mas que nem no basquete eu nem sei quem são os caras lá... só uma eu sei quem é... o resto não sei....

PESQUISADOR: alguém já viu algum desconhecido aparecer no Globo Esporte que é o programa que vocês mais vêem?

DUDA: às vezes sim...

HUGO: no negócio do atletismo, por exemplo, mostrou os que foram classificados... daí tem alguns não conhecidos que eles mostraram... mas falar assim com empolgação mesmo não....

LELO: mostraram quem eram os desconhecidos lá...

DUDA: falaram o nome de quem ia participar....só uma vez se falou...

DUDA: o Wanderlei? Passou, passou...na altitude treinando e tal...Ele vai ser o porta-bandeira!

LELO: Wanderlei Cordeiro de Lima...

DUDA: eu acho que vai!

HUGO: mas geralmente é assim: quem é o melhor é o que é mais falado! Porque tipo assim, aquele lá que bateu o recorde do João do Pulo no atletismo só falam nele! Mas daqui a pouco aparece um esporte mais importante já não vão mais falar, vão falar de outro....

PESQUISADOR: e por que vocês acham isso.... ah... se o Jardel Gregório bateu o recorde, agora ele é o melhor, é o mais falado? Por que vocês acham que acontece isso?

HIKE: ah... é...

DUDA: mídia!

PESQUISADOR: mídia? Como assim mídia? Só pra dar mídia?

DUDA: eu acho! Acho que por trás do Pan tem muitos interesses. A Globo, por exemplo, acho que a Globo não tá nem aí pro Pan, quer ganhar dinheiro, quer mostrar o que mais vai dar Ibope, o que mais vai dar dinheiro...

Grupo de discussão – 13 de julho de 2007

HUGO: eu vi da Daiane dos Santos, não só porque ela tem mais chances de medalha mas também porque ela fraturou o tornozelo...

(...)

HIKE: é! Ela tava meio machucada... tavam acompanhando a recuperação dela...

(...)

HIKE: é! E também aquele Tiago Pereira eu acho, que ele tá concorrendo com sete medalhas e falou das chances dele...

PESQUISADOR: Tiago Pereira é da natação né?

HIKE: é, é sim... não sei se é, mas acho que é isso mesmo...

(...)

PESQUISADOR: e por que vocês acham, tipo, a Daiane dos Santos e ele, por que eles apareceram mais?

HUGO: é porque a mídia sempre tá em cima né... estando bem ou estando mal, mais porque aquela vez ela conseguiu um ouro na Copa do Mundo de Ginástica

né... daí a partir de lá começaram a dar mais ênfase pra ela... e sei lá... ela é boa no que ela faz!

HIKE: antes de ela aparecer ela não era muito conhecida, daí ela apareceu do nada, um ouro, praticamente assim, daí com aquele twist carpado dela, depois já mudou pra um esticado, vai ganhando ouro e vai ficando famosa né...daí a mídia tá bem em cima dela...

(...)

PESQUISADOR: não seria uma forma de chamar a atenção?

HIKE: é, talvez não necessariamente pelas medalhas... Mas é que tipo o Brasil deposita grandes chances nela, e ela estava contundida daí não sabiam se ela ia se recuperar a tempo ou não...

Assim, como podemos perceber, o que está implícito na discussão desta categoria *Treinamento e Delegações* nos remete às questões de personificação e ídolos. São eles, esses *super-atletas* (ou também chamados de *olimpianos*⁵²), as celebridades do mundo esportivo na qual sua veiculação caracteriza-se como uma das principais estratégias da mídia para dar inteligibilidade ao acontecimento (BORELLI, 2003) e também porque, ao apresentar ao público informações dos principais atletas, a mídia acaba estimulando o torcedor a torcer pelo seu ídolo (CAMARGO, 1999), tendo, em sua figura, a esperança do êxito (SANTOS JUNIOR, 2007).

A mesma opinião é reforçada por Cintra Sobrinho (2004), por considerar que:

A ‘construção’ de ídolos no esporte é outra grande arma da mídia, tanto para vender os espetáculos, como chamar a atenção das audiências para que assistam determinadas competições. A mídia precisa dos ídolos para tornar o espetáculo mais atraente, assim, atletas que realizam performances acima da média passam a ocupar grandes espaços.

Como observamos, a perspectiva do *espetáculo* que a mídia, principalmente a televisiva, conferiu aos Jogos Pan-americanos Rio-2007 é corroborada por Kellner (2006), ao considerar que os espetáculos sempre contêm dramas de celebridades que acabam atraindo a atenção do público. Basta exemplificar, neste caso, a polêmica gerada em torno da confirmação da equipe de hipismo que representaria o Brasil, a confirmação ou não da participação do tenista Guga, a lesão do jogador de vôlei Nalbert, as previsões do técnico Bernardinho, entre outros.

Ainda sobre esta questão do ídolo, repercutindo o contexto da categoria *Treinamento e Delegações*, na qual se pressupõe a utilização dos ícones esportivos brasileiros como uma

⁵² Expressão utilizada por Edgar Morin (1997), referindo-se aos astros de cinema, campeões, príncipes, reis, *playboys*, exploradores e artistas célebres, considerando-os como “sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam.” (p. 106). Para este autor, os olímpianos são “heróis modelos” (p. 107), isto é, aqueles que estão presentes em todos os setores da cultura de massa e que a colocam em contato com o público.

forma de criar uma identidade com os torcedores/espectadores em geral, Marchi Júnior (2001, p. 139) afirma que:

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

De acordo com nossa interpretação, portanto, ao considerar o conjunto das estratégias realizadas pelo discurso midiático-esportivo na realização do agendamento para os Jogos Pan-americanos Rio-2007, entendemos que a mídia, ao informar/noticiar aspectos técnicos do treinamento para o referido evento e as delegações participantes, enfatizou os ídolos esportivos, à maneira da *falação esportiva* (ECO, 1984; BETTI, 1998) numa tentativa de chamar a atenção do público brasileiro e, ao mesmo tempo, criar uma identificação com este. Já que, como afirmou Fritz Hatting (1998, p. 7), diretor de esportes de uma televisão pública alemã, ao comentar sobre a transmissão de eventos esportivos na televisão:

Eventos esportivos são concebidos desde seu início como eventos para espectadores. Programas esportivos na televisão, então, estão apresentando ao espectador um espetáculo que já foi concebido para agradar os espectadores e vendido para atrair uma audiência.

3.4.1.2 – Infra-estrutura e segurança

A categoria *Infra-estrutura e segurança* foi estabelecida a partir de 73 (setenta e três) registros dos sujeitos pesquisados em seus questionários-recordatórios ao fazerem o acompanhamento do agendamento esportivo relacionado aos Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Tal categoria foi elaborada em função das matérias/informações que os sujeitos pesquisados relataram tendo como foco os aspectos da infra-estrutura (por exemplo, as obras e a preocupação com os atrasos; o sistema de transporte na cidade do Rio de Janeiro e os congestionamentos) e segurança do evento (preocupação com a violência e com a polícia, muito em função da grande quantidade de turistas na cidade motivados pelo grande evento esportivo).

A realização dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 exigiu a construção de vários espaços na cidade do Rio de Janeiro (como o estádio João Havelange ou Engenhão, o Parque

Aquático Maria Lenk, a Vila Pan-americana⁵³ para abrigar os atletas) além da reforma/remodelação de outros (como o Estádio do Maracanã e o Ginásio do Maracanãzinho, o Estádio de Remo da Lagoa, entre outros).

Por este motivo muito se falou a respeito do “legado” dos Jogos, isto é, as transformações não só de infra-estrutura, mas também as mudanças sócio-econômicas que ficam para sempre na cidade que sedia o evento. Além da construção de instalações esportivas e da Vila Pan-americana, muito se comentou sobre os investimentos em segurança pública, como compra de viaturas, aeronaves, materiais para uso da polícia e também da atuação da Força Nacional de Segurança (autorizada pelo Governo Federal para auxiliar na segurança do evento e diminuir os índices de violência na cidade do Rio de Janeiro).

Outro fato importante a considerar presente nesta categoria são as informações que se referiam à possibilidade futura do Rio de Janeiro, em virtude de estar sendo sede de um evento esportivo de proporções continentais, vir a sediar também as Olimpíadas de 2016 e do Brasil sediar a Copa do Mundo de futebol de 2014.

A seguir apresentamos vários registros mencionados pelos sujeitos da pesquisa ao acompanharem o agendamento esportivo realizado em torno dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 que serviram para a constituição da categoria *Infra-estrutura e segurança*:

- “Pan recebe 38 ambulâncias, ingressos já à venda.”
- “Rio se previne contra apagão.”
- “Mais opções de transporte para o Pan.”
- “Centro tecnológico de olho no Pan para nada dar errado.”
- “Bernardinho com medo da violência do Rio de Janeiro.”
- “Festas terão 3,5 toneladas de fogos.”
- “Situação dos hospitais é preocupante.”
- “Obras aceleram a 30 dias do Pan.”
- “Operários ganham ingressos para jogos de vôlei no Maracanãzinho.”
- “Segurança garantida no Pan.”
- “Obras no velódromo estão na reta final.”
- “Novo asfalto melhora caminhos do Pan.”
- “Maracanã deve fechar segunda.”

⁵³ Trata-se de um megacondomínio para abrigar os cerca de cinco mil atletas e dois mil dirigentes/técnicos das 42 delegações que participam dos Jogos. Foram construídos dezessete prédios, em uma área de 370 mil metros quadrados. Após as competições, por ter sido construído a partir de um consórcio privado, o local se tornará um condomínio de alto padrão.

- *“Polícia treina em favela cenográfica.”*
- *“Estádio construído para o Pan será disputado por Flamengo, Botafogo e Fluminense.”*
- *“Flamengo entrará na briga pelo Engenhão.”*
- *“Rio de Janeiro ficará mais iluminado com o Pan.”*
- *“Gramma do Maracanã é retirada para o Pan.”*
- *“Co-Rio testa centro de operações.”*
- *“Secretário garante paz no Pan.”*
- *“Turistas se instalam na cidade para o Pan.”*
- *“Obras entram em contagem regressiva.”*
- *“Goleiros do Fluminense e Botafogo fazem teste de iluminação do Engenhão.”*
- *“Obras nos últimos retoques.”*
- *“Congestionamento próximo à Vila do Pan.”*
- *“Co-Rio espera atender voluntários.”*
- *“Palco gigante na abertura do Pan.”*
- *“Nuzmann justifica atraso nas obras.”*
- *“Trânsito sendo resolvido na Vila do Pan.”*
- *“Obras no fim.”*
- *“Novo centro de controle para o Pan.”*
- *“Vila do Pan recebe primeiros habitantes.”*
- *“Pan ganha arma contra terrorismo nuclear.”*
- *“Inauguração do Maracanãzinho e Engenhão.”*
- *“Atraso dos ingressos preocupa.”*
- *“Hoje é o dia que antecede a abertura da Vila do Pan.”*
- *“Trânsito bom nos locais de venda.”*
- *“Centro de imprensa em funcionamento.”*
- *“Delegações vão chegando à Vila.”*
- *“Público ansioso e Rio nos preparativos.”*
- *“Greve aérea ameaça o Pan.”*
- *“Novos testes de segurança realizados.”*
- *“Arenas e estádios vão sendo inaugurados.”*
- *“Inaugurações em toda parte.”*

- “*Ministro: Pan vai transformar a segurança.*”
- “*A Vila Olímpica vai recebendo os atletas e hoje foi estreado o Parque Aquático.*”
- “*Problemas com segurança na Vila.*”
- “*Greve aérea é adiada.*”
- “*Segurança nos conformes.*”
- “*Guarda Municipal anuncia plano para o Pan.*”
- “*Movimentação na Vila, inaugurações continuam.*”
- “*Copa do Mundo e Olimpíadas no Rio.*”
- “*ODEPA: Brasil pronto para Olimpíada.*”

Sobre aspectos desta categoria – *Infra-estrutura e segurança* – os sujeitos também comentaram durante os grupos de discussão. A seguir elencamos transcrições dos sujeitos no que se refere aos comentários deles quando perguntados ou quando comentaram sobre este tema da infra-estrutura e da segurança para os Jogos Pan-americanos Rio-2007, durante o grupo de discussão realizado no dia 15 de junho de 2007:

(...) o normal é que ta todo mundo desconfiado demais, é que lá tem muita violência, muito caos, daí eu falei que o “aptos” seria ter uma boa estrutura (...) tem que ter tudo, hotéis, treinamentos, os locais pra poder executar as provas, muita segurança também. (HIKE, 15/06/2007).

(...) vários lugares e estádios foram reformados, com luzes... assim, lugares, vários lugares, para poder receber os atletas de vários países e tem gente que vem de vários lugares. (HUGO, 15/06/2007).

Mas as obras estão atrasadas... pra mim pelo menos isso era pra estar prontas há muito tempo. Tem coisas que deveriam estar prontas faltando 28 dias, até fazer testes, até trocar de locais e tal. (DUDA, 15/06/2007).

(...) As obras no velódromo estão se acelerando. Quer dizer, já deveriam estar pronto há dois meses e meio atrás, pelo menos, agora que estão acelerando e tal, eu acho pelo menos. (DUDA, 15/06/2007).

Eu achei que não ia ficar pronto não [o estádio João Havelange] (LELO, 15/06/2007).

Também no grupo de discussão do dia 22 de junho de 2007 os sujeitos da pesquisa mencionaram aspectos relacionados à infra-estrutura e segurança quando perguntado a eles a notícia sobre os Jogos Pan-americanos que mais havia chamado sua atenção, os quais apresentamos abaixo:

(...) mais a expectativa pra começar mesmo, pra ver como vai ser... E parece também que as obras do Engenhão estão atrasadas. (HIKE, 22/06/2007).

[a notícia que achei mais interessante] é que o excelentíssimo Flamengo entrou na briga pelo Engenhão... o maior Flamengo. (LELO, 22/06/2007).

As obras estão acabando. (DUDA, 22/06/2007).

Uma outra notícia também é que apareceu a polícia numa favela cenográfica... aí achei estranho assim que não é só na favela que tem gente que pode atrapalhar o Pan, geralmente pode atrapalhar o Pan ou alguma coisa, entendeu, um atentado, assim... sei lá... acho que não seria numa favela. (HUGO, 22/06/2007).

Neste mesmo grupo de discussão do dia 22 de junho de 2007, em outros momentos os sujeitos também mencionaram aspectos da infra-estrutura e segurança dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, um deles desconfiando da estrutura para este evento que seria realizado no Brasil e também tecendo críticas a algumas falhas já ocorridas por aqui e outro acreditando que se tais Jogos forem bem organizados o Brasil poderá ser sede de uma Copa do Mundo de futebol:

Assim, não que não ofereça [uma estrutura adequada], que acho até que pode oferecer... mas em comparação com os outros. O de Santo Domingo, entre aspas, foi um sucesso, os outros também foram legais. Acho que o Brasil ainda não está num nível dos outros países pra sediar. (DUDA, 22/06/2007).

É... se fizer uma boa apresentação no Pan, uma boa infra-estrutura, acho que tem mais chances de sediar uma Copa do Mundo. (HUGO, 22/06/2007).

Acho que falhas sempre tem... alguma falha sempre vai ter... só que espero que não seja tão... é... que apareça tanto assim... teve a Copa do Mundo de Basquete, eu acho, que foi ano passado ou no início deste ano, que aconteceu aqui, que o ginásio tinha buraco, caía, tinha goteira... acho ridículo! Ridículo! Assim, tem as falhas que é normal, acho normal, mas que essas não sejam tão... (DUDA, 22/06/2007).

No encontro ocorrido dia 29 de junho de 2007, o grupo de discussão novamente mencionou notícias e informações a respeito da infra-estrutura e segurança dos Jogos Pan-americanos Rio-2007. Em uma das menções, desconfiou-se da estrutura brasileira para o evento esportivo, e em outra, um comentário do presidente do Comitê Olímpico Brasileiro, Carlos Artur Nuzman, o qual alegou que os atrasos nas obras de grandes eventos esportivos não acontecem apenas no Brasil. A seguir apresentamos as transcrições:

(...) o Brasil acho que não tá bem preparado pra receber os Jogos Pan-americanos e eu acompanhei em duas notícias nesta semana. Uma é que lá onde foi construída a vila do Pan tá tendo um monte de fila de carros e tal e vão ter que arrumar e tal... e os ingressos tem uma empresa que já super-faturou e aí eles estavam vendendo os ingressos legais mais caros e tal. (DUDA, 29/06/2007).

Assim, eu vi uma notícia, do Nuzman eu acho, que falou que esses atrasos nas obras não acontecem só no Brasil. Acontecem na Copa do Mundo, na Alemanha aconteceu, nas Olimpíadas também. (DUDA, 29/06/2007).

O grupo de discussão realizado no dia 13 de julho de 2007 também mencionou aspectos desta categoria *Infra-estrutura e Segurança*, pois um dos sujeitos comentou a respeito da vila pan-americana que já estava recebendo os atletas e a opinião deles sobre a mesma, e outro sujeito comentou de como a vila foi organizada para hospedar os atletas, conforme aparecem nas transcrições abaixo:

É... a notícia assim que na verdade eu vi foi que assim... a vila pan-americana tava bem organizada assim, pelo que eu percebi, nas entrevistas que o repórter fez. (HUGO, 13/07/2007).

Outra coisa que eu acho legal... não sei se foi hoje ou já faz um tempo, acho que deve ter sido na outra semana... tipo o sistema de organização dos prédios de cada delegação... tipo, ah, os competidores individuais ficam nos andares mais em cima, os atletas que competem em dupla ficam mais embaixo, os que precisam de equipamentos que nem bicicleta e coisas assim. (HIKE, 13/07/2007).

A partir destes dados do campo, que acabaram compondo a categoria *Infra-estrutura e segurança*, partimos agora para uma análise mais ampla desta categoria, por também entendê-la como uma das estratégias utilizadas pelos veículos midiáticos acompanhados pelos sujeitos pesquisados que, em seu discurso midiático-esportivo, realizaram o agendamento para os Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Sabendo que uma das funções do agendamento realizado pela mídia é emergir fatos e que a partir disso serão discutidos e debatidos no cotidiano (OLIVEIRA; PIRES, 2003), acreditamos que para além de informar os aspectos da infra-estrutura e segurança para os Jogos Pan-americanos Rio-2007, uma das intenções deste tipo de informações/notícias foi a de criar uma interação com a opinião pública, fazendo o público acompanhar este “desfecho” das obras com uma expectativa (de torcedor), deixando um pouco de lado discursos mais

críticos, enfatizando apenas os gastos com o evento, a situação das obras e seus atrasos⁵⁴. Ao pautar este tipo de informação, a mídia também estaria familiarizando o público com as instalações do evento, que em pouco tempo estariam servindo de palco para as disputas esportivas.

Em nossa análise, procuramos nos deter em três pontos que a nosso ver estão relacionados ao contexto desta categoria, que são: (1) a questão do dinheiro público investido no evento e as políticas públicas para o esporte nacional; (2) as obras, construções e remodelações que correspondem ao “legado” dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 (sem deixar de considerar que o legado vai muito além dos aspectos físicos/construções); e (3) a realização do Pan-2007 como uma forma do Brasil perspectivar ser sede de outros grandes eventos esportivos, de âmbito mundial, como a Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016.

Durante o acompanhamento dos sujeitos pesquisados, os aspectos relacionados ao conteúdo desta categoria (os aspectos da infra-estrutura, como as obras e preocupações com atrasos, o sistema de transportes da cidade do Rio de Janeiro, os congestionamentos, bem como os aspectos ligados ao tema da segurança do evento, principalmente em função dos turistas) foram bastante mencionados pelos participantes, talvez como repercussão da polarização dos argumentos veiculados pela mídia entre defensores e críticos dos investimentos para o Pan-2007.

Ao relatarm tais aspectos (como podemos observar nos registros transcritos anteriormente dos questionários-recordatários e até mesmo nas transcrições dos grupos de discussão), evidenciam-se, muitas vezes, críticas superficiais a estas questões, talvez porque os próprios veículos aos quais os sujeitos pesquisados fizeram o acompanhamento e foram por eles relatados (em sua maioria *Rede Globo*, *SporTV* e *globo.com* – televisão e internet – conforme Quadros 08 e 09), também tivessem suas críticas não muito aprofundadas (diferentemente da posição que alguns veículos da mídia impressa tiveram, como por exemplo, a *Revista Carta Capital*, conforme Anexo 1).

Os gastos previstos para a organização dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, quando da escolha da cidade do Rio de Janeiro como sede, no ano de 2002, tinham como orçamento inicial gastos entre R\$ 470 a 720 milhões, mas ao final dos Jogos, especula-se que o valor

⁵⁴ Gurgel (2007b, p. 10), ao comentar sobre a relação do Pan com a mídia, escreve que “Muito da cobertura midiática do Pan passou a ser uma contagem regressiva para o começo dos jogos, na contraposição com o andamento das obras: na linha do ‘será que ficará pronto a tempo?’”.

tenha extrapolado cerca de sete a dez vezes o valor inicial (ATHAYDE, 2007; GURGEL, 2007a; NOZAKI e PENNA, 2007).

Sob este ponto de vista, podemos tecer algumas críticas, também apontadas pelos sujeitos pesquisados, com relação às políticas públicas voltadas ao esporte, e de forma geral, à nação brasileira, considerando-se a questão de prioridades nacionais, em um país como o Brasil, com tantas deficiências e mazelas sociais, no que tange principalmente à pobreza, educação e saúde, entre outras esferas.

O que ocorreu foi uma inversão de prioridades, por parte do governo federal, em favor da construção do “grande palco” para os Jogos Pan-americanos, tanto em relação às questões de infra-estrutura, como também priorizar o esporte de alto rendimento em detrimento de políticas públicas de inclusão pelo esporte, opinião corroborada e ampliada pelo jornalista Jufa Kfoury (2007), em entrevista publicada no site *Observatório da Imprensa*:

(...) O papel do Estado, principalmente em um país com as carências do Brasil, é promover o esporte como fator de saúde para a população brasileira. Esporte de alto rendimento não deve ser preocupação do Estado. O Estado tem que massificar o esporte, e naturalmente da quantidade sairá a qualidade. Essa qualidade deve ser trabalhada nos centros de excelência, a custo da iniciativa privada. O que há aqui é uma inversão. Não temos uma política esportiva para o país, não se pensa o esporte como fator de inclusão social, não se pensa o esporte como um fator de prevenção de doenças, e nós temos todas essas distorções. Em regra, nossos atletas mais bem-sucedidos, com raríssimas exceções, são frutos de geração espontânea, do próprio talento. Para pegar um exemplo recente, o Guga, que apareceu com o talento que ele tem, ficou quase uma temporada inteira como número um do ranking mundial, ganhou três vezes em Roland Garros, e não se fez nada, apesar de ter havido uma euforia por causa do tênis em todo país, para se aproveitar essa euforia e eventualmente trabalhar com novos Gugas.

Prosseguindo nossa discussão, abordamos agora um assunto bastante comentado pela mídia brasileira, principalmente no período anterior aos Jogos Pan-americanos Rio-2007: o legado do Pan 2007. Trata-se da herança ou o patrimônio herdado em decorrência da realização deste grande evento esportivo, ou seja, aquilo que ficará à cidade-sede e sua população (além do “legado simbólico” de valorização do esporte).

Abaixo transcrevemos alguns trechos do grupo de discussão do dia 13 de julho que tratou deste assunto, e que permite uma melhor compreensão da discussão feita em seguida.

PESQUISADOR: pra vocês, se fossem escolher o que seria o legado dos Jogos Pan-americanos aqui do Brasil, qual vocês escolheriam? Aquilo que vai ficar pro Brasil?

HIKE: ah, sei lá... pro Brasil, em si, não sei...

HUGO: na real sempre vai ajudar um pouco... pra quem gosta de natação vai ficar o parque aquático que vai ter competições, aí vai poder o público assistir; futebol vai ter o Engenhão, na vila olímpica, a vila olímpica vai servir como moradia depois...

HIKE: é, a vila olímpica é importante!
HUGO: vai ser tudo vendido pra moradia mesmo, pras pessoas... e acho que vai ser vendido mais barato que qualquer outro prédio né! Daí, sei lá, seria mais moradia pras pessoas que não tem tanta renda...
PESQUISADOR: e vocês sabem se vai ser pras pessoas de baixa renda?
HUGO: eu acho que sim! Porque é com dinheiro público, eu acho que eles vão... não assim pra quem não tem condições de pagar mesmo né... pra quem ganha um pouco menos, tipo um salário mínimo por mês a metade do salário mínimo eles vão pagar por mês pela moradia, tipo assim...
PESQUISADOR: e tu HIKE, qual seria o legado?
HIKE: é, tipo, as reformas que eles fizeram... é... hummm... o próprio Engenhão talvez pro futebol, depende muito da área da pessoa assim, mas acho que pra vida do brasileiro assim, talvez, acho que realmente seria a vila olímpica mesmo, os prédios, se eles venderem assim, podem tirar da rua muitas pessoas... porque a situação lá no Rio de Janeiro é muito difícil a moradia...

No grupo de discussão realizado no dia 10 de agosto os sujeitos pesquisados também foram provocados a falar sobre o legado do Pan 2007, conforme segue a transcrição:

PESQUISADOR: (...) O que vocês pensam sobre isso [o legado do Pan], fica alguma coisa de bom pro Brasil mesmo?
HIKE: ah, o que eu vejo, aquela vila olímpica lá eu não sei se vai pras pessoas que estão sem moradias né... daí o Engenhão talvez...
PESQUISADOR: parece que vai ficar pro Botafogo...
HIKE: é, o Botafogo...é, eu não sei assim se deixa um legado pro Brasil em si, mas talvez pro povo seja a recordação da melhor atuação do Brasil num Pan-americano, e o esporte mostrou que o Brasil tá bom no esporte, e sei lá... acho que é isso... pro povo talvez só a vila...
PESQUISADOR: e tu HUGO?
HUGO: eu acho que vai ficar bastante coisa, pra quem gosta de futebol, basquete, o Maracanãzinho, tem o Maracanã também pro futebol, tem o parque aquático lá Maria Lenk vai ficar pra natação assim, eu acho que não sei se todos concordam em ter gasto todo esse dinheiro pra ficar só isso né... mas na minha opinião vai ficar bastante coisa assim legal pro Brasil, porque vai dar pra trazer outras competições maiores que tiver... ainda querem fazer a Copa, o Maracanã já vai estar feito, já vai estar reformado... eu acho que foi bom!
PESQUISADOR: e tu DUDA?
DUDA: ah, eu acho assim... coisa boa mesmo, pra gente, pro povo assim, não ficou muita coisa não. Pra mim, pro Rio ficou... estrutura, trânsito, segurança, esporte, campo de futebol, ginásio e tal.. pra cá, por exemplo, pra cá não mudou minha vida, ah melhorou muito minha vida e depois eu fiquei feliz...

Os sujeitos pesquisados, ao acompanharem o discurso midiático-esportivo, em muitas ocasiões, como descritas anteriormente, relataram notícias/informações que têm como foco a construção da Vila Pan-americana, do Estádio João Havelange (Engenhão) e demais equipamentos esportivos construídos/preparados para este evento. Tais notícias foram as mais veiculadas pela mídia em geral, principalmente com críticas em relação ao atraso na entrega destas construções/instalações.

Entretanto, o legado dos Jogos Pan-americanos, de acordo com seu projeto inicial, deveria extrapolar os interesses ligados apenas às construções de instalações esportivas ou da

Vila do Pan (esta já não seria mais utilizada para fins esportivos após o evento, pois caiu na especulação imobiliária, conforme NOZAKI e PENNA, 2007; MASCARENHAS, 2006), pois, considerando-se um evento da envergadura como este e a necessidade de reestruturação urbanística da cidade do Rio de Janeiro, mais transformações deveriam ter sido efetivadas, como por exemplo, uma nova linha de metrô (que melhoraria o transporte até a região da competição), o saneamento da baía de Guanabara e da lagoa Rodrigo de Freitas (KFOURI, 2007).

Portanto, deveria haver uma preocupação muito mais ampla, para além dos aspectos de geração momentânea de empregos (até se construir as instalações) e de um turismo de evento. Isso sem contar os aspectos do legado relacionados à questão de segurança pública, considerando a violência que ocorre em altos índices na cidade do Rio de Janeiro e as medidas que foram tomadas, pelo jeito, apenas paliativas, alguns dias antes do evento e no seu transcorrer (como a atuação da Força Nacional de Segurança, autorizada pelo governo federal para auxiliar na segurança do evento e diminuir os índices de violência naquela cidade).

Para finalizar, cabe analisar o terceiro ponto que destacamos, o qual entendemos que está relacionado à categoria *Infra-estrutura e Segurança*. Refere-se aos investimentos feitos para a realização dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 como uma porta de entrada do Brasil em sediar eventos esportivos de dimensões globais, como a Copa do Mundo de 2014 (no momento dos Jogos Pan-americanos o Brasil era apenas candidato, mas em 30 de outubro de 2007 foi confirmado como país-sede da Copa do Mundo de 2014) e também a possibilidade do Rio de Janeiro ser a cidade brasileira que poderá ser sede das Olimpíadas de 2016 (no momento, em 2008, já apresentou sua candidatura ao COI – Comitê Olímpico Internacional).

Sobre esta possibilidade do país sediar mega-eventos esportivos, desde que o Pan 2007 seja um sucesso, Nozaki e Penna (2007), em artigo intitulado *Jogos Pan-americanos Rio de Janeiro 2007: por trás das cortinas do grande espetáculo*, o qual se propõe apontar elementos do papel político do fenômeno esportivo, no mundo e no Brasil, tendo os Jogos Pan-americanos como o elemento principal deste contexto, afirmam que:

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

Gurgel (2007b, p. 3) também escreve sobre a importância dos Jogos Pan-americanos para a abertura de perspectivas brasileiras em sediar futuramente grandes eventos esportivos, incluindo, nisso, o papel cada vez mais decisivo da iniciativa privada e da mídia:

Enquanto grupos no Brasil se organizam para pleitear o direito de sediar um evento do porte de uma Copa do Mundo ou Olimpíada, a experiência dos Jogos Panamericanos Rio 2007 se coloca como fundamental para galgar novos patamares e oferecer material rico para sedimentar o caminho rumo a eventos maiores. E, dentro disso, a participação da iniciativa privada e das mídias é e continuará sendo fator de sucesso ou insucesso de um evento desse porte, ajudando aos grupos interessados no assunto a ter um termômetro claro do trabalho em desenvolvimento e dos resultados por ele alcançados.

Ainda sobre a Copa do Mundo de 2014, o presidente Lula, ao dar o aval do governo à realização deste evento em território brasileiro, deu a seguinte declaração, acreditando que gastos em eventos de grande porte fazem parte da grandeza de um país: “Se nós estamos gastando isso no Rio para fazer o Pan, imaginem uma Copa, que vai utilizar sei lá quantos estádios” (LEITE, 2007).

Concluindo as discussões em torno da categoria *Infra-estrutura e Segurança*, podemos dizer que os assuntos que circularam em seu interior foram uma das estratégias de agendamento realizado pelo discurso midiático-esportivo, neste caso bastante atrelado aos discursos econômicos, sociais e políticos, as quais os sujeitos pesquisados perceberam e relataram no decorrer da pesquisa. A mídia, ao apresentar principalmente a crítica ao atraso das obras para o grande evento esportivo, acabou criando uma expectativa nos torcedores, em torno da pergunta “será que vai ficar pronto?”, ao mesmo tempo em que ia familiarizando o público com os locais das disputas esportivas. Ficou evidente, também, que as críticas apresentadas pelos sujeitos pesquisados não foram além das próprias críticas apresentadas pelos veículos midiáticos que eles acompanharam (televisão e internet), sem apresentar muita profundidade (principalmente com relação aos três pontos analisados nesta categoria: o dinheiro público investido nos Jogos, a questão do legado e os Jogos como forma de pleitear eventos globais).

3.4.1.3 – Variedades

A categoria *Variedades* foi formada em virtude das 69 (sessenta e nove) menções dos sujeitos investigados em seus questionários-recordatórios. Menções estas que abarcavam uma variedade de informações/notícias, de temáticas gerais que não se enquadram nas demais

categorias, como por exemplo, aspectos históricos dos Jogos, política, moda, uniformes, hino, tabela de disputas, a chegada de atletas na Vila Pan-americana e as movimentações por lá, casos de doping, o início dos Jogos e as primeiras vitórias brasileiras, além de curiosidades em geral.

A seguir apresentamos registros que constituem esta categoria:

- *“Será o segundo Pan no Brasil.”*
- *“Biblioteca popular no Rio mostra história dos Jogos Pan-americanos.”*
- *“COB comemora semana Olímpica.”*
- *“Raspadinha do Pan faz sucesso.”*
- *“Prefeito visita cidade dos esportes.”*
- *“Pan entra em cena no Fashion Rio.”*
- *“Hino do Pan só será conhecido na abertura.”*
- *“Oscar Schmidt visita projeto social.”*
- *“Participarão 3000 atletas das três Américas.”*
- *“Ex-atleta, primeira mulher brasileira em Pan, ajuda crianças carentes.”*
- *“Atletas do remo conhecem uniforme.”*
- *“Coreografia para abertura do Pan: todos de branco.”*
- *“Voluntários bem entrosados para festa.”*
- *“Nado sincronizado: gêmeas recebem o título de musa do Pan.”*
- *“Hino do Pan já está pronto.”*
- *“Bloco carnavalesco abre festa do Pan.”*
- *“Definida tabela de futebol no Pan.”*
- *“Uniformes dos esportes aquáticos definidos.”*
- *“‘Aquele abraço’ na abertura do Pan.”*
- *“Tabela do vôlei está feita.”*
- *“Doping tira chilena do Pan.”*
- *“Pan fortalece amizade entre atletas.”*
- *“Lula envia carta aos atletas do Pan.”*
- *“Abertura do Pan terá capoeira.”*
- *“Voluntários recebem uniforme do Pan.”*
- *“Voluntários do Pan em testes.”*
- *“O basquete de rua participará como esporte exibição sem concorrer a medalhas.”*

- *“Blocos animam preparativos do Pan.”*
- *“Patrocinadores: Oi, Olimpikus, Sol, Sadia e Caixa.”*
- *“Nuzmann confia no sucesso do Pan.”*
- *“Atletas do Pan viram modelo.”*
- *“Arte nas ruas sobre o Pan.”*
- *“Voluntários recebem passe livre.”*
- *“Ministro animado com o Pan.”*
- *“CBH preocupada com briga judicial.”*
- *“Povo faz hino para o Pan.”*
- *“Primeiros casos de doping no Pan.”*
- *“Secretário apela para os torcedores.”*
- *“Uniformes bem brasileiros.”*
- *“Escultura do Pan inspira atletas.”*
- *“Manifestos contra o Pan.”*
- *“Cariocas respiram o Pan.”*
- *“COI elogia o Pan do Rio.”*
- *“Futebol feminino abre o Pan.”*
- *“Problemas não desanimam Lula.”*
- *“Jogo de abertura não empolga.”*
- *“Brasil feminino ganha de 4 x 0.”*
- *“O Pan começa oficialmente amanhã, porém hoje já acontecem alguns jogos.”*
- *“Jaqueline é cortada por doping.”*
- *“Brasil estréia vencendo Uruguai no futebol feminino.”*
- *“O Brasil inicia o Pan vencendo, no handebol o Brasil venceu o México.”*

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

Por outro lado, informações de caráter político, incluídas nesta categoria, que deveriam estar mais presentes e ser mais tematizadas não foram muito mencionadas pelos sujeitos, o que demonstra, de certa maneira, que o próprio discurso em torno dos Jogos Pan-

americanos não pautou muito este aspecto, ou, quando tratou, o fez de forma muito rápida e superficial, ao menos nos veículos aos quais os sujeitos da pesquisa tiveram acesso.

Também aparece, nesta categoria, registros a respeito dos patrocinadores do evento, o que pressupõe um certo “olhar” dos sujeitos às questões relacionadas à publicidade que fazem referência ao esporte e são veiculadas pela mídia.

Algumas menções também foram feitas às questões ligadas aos projetos sociais que utilizam o esporte como forma de promover a cidadania e melhorar a qualidade de vida de crianças e jovens em situação de risco.

A fim de complementar a categoria *Variedades*, incluímos em seguida algumas transcrições dos sujeitos nos grupos de discussão, ao se referirem sobre os conteúdos diversos referentes ao discurso midiático-esportivo em torno dos Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Quando foi perguntado o que saberia dizer a respeito deste grande evento esportivo, um dos sujeitos escreveu o seguinte:

eu só lembro que, no dia seguinte, no domingo, eu fui comer no Bob's, e aqueles guardanapos que ficam embaixo da bandeja, daí falava alguma coisa sobre o Pan, tipo, mais curiosidades sobre os outros Pan. (HIKE, 15/06/2007).

Já um outro sujeito, ao destacar a notícia/informação que ele considerou a mais interessante sobre os Jogos, disse:

E o que eu achei mais legal foi que o Brasil vai receber cerca de 3000 atletas, acredito que vai mudar muita coisa. São 3000 atletas de todas as Américas, e assim, eu não sei se o Brasil tem mesmo capacidade pra sediar a Copa porque vai vir mito mais gente de fora, mundial... (HUGO, 15/06/2007).

No grupo de discussão realizado no dia 22 de junho de 2007 um dos sujeitos comentou sobre aspectos desta categoria *Variedades*, mais especificamente sobre a relação entre política e esporte:

Aí tem uma [notícia] que me chamou atenção, que eu achei meio curiosa assim foi que o Lula mandou uma carta para todos os atletas do Pan. (DUDA, 22/06/2007).

Já no encontro realizado no dia 13 de julho de 2007, data da abertura oficial dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, os sujeitos mencionaram notícias/reportagens em relação às movimentações na vila pan-americana e aos uniformes apresentados, como por exemplo:

(...) aquela Milena no Globo Esporte, começaram a entrevistar alguns atletas lá na vila olímpica e tal... e aquele tal uniforme deles lá. (HIKE, 13/07/2007).

(...) já está chegando todos os países, agora já chegaram todos né, porque vai começar o Pan, hoje já é a abertura, mas que tava vindo cada vez mais países e gostaram da vila pan-americana, acharam com estrutura boa, com academia e cinema, um monte de coisas. E também eu percebi assim que as emissoras já estão dando uma cobertura grande já em relação aos Jogos. Toda hora passa alguma coisa do Pan em alguma emissora. Tipo a Band tem uma tenda lá em Copacabana acho que é né, que é pra falar sobre o Pan. A Globo sempre fala assim.. as coisas que estão acontecendo no Pan. (HUGO, 13/07/2007).

Feita a explanação, até o momento, do que constituiu e caracterizou a categoria *Variedades*, preocupamo-nos agora em interpretá-la num contexto mais amplo, tendo em vista que assuntos relacionados à ela (temáticas gerais que não se enquadram nas demais categorias, como aspectos históricos dos Jogos Pan-americanos, moda, hino, tabelas de disputas, política, publicidade, entre outras) inserem-se em uma das estratégias de agendamento para os Jogos Pan-americanos Rio-2007 que foram percebidas e destacadas pelos sujeitos pesquisados ao acompanharem o discurso midiático-esportivo deste evento.

A existência desta categoria permite inferir que os veículos midiáticos acompanhados pelos sujeitos também tiveram como objetivo, ao elaborar e divulgar suas mensagens, apresentar ao público os aspectos daquilo que aqui denominamos “notícias de entretenimento” no que se refere à cobertura dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, pautando assuntos não muito importantes ou esclarecedores sobre o evento, inclusive a publicidade vinculada aos Jogos.

Através da categoria *Variedades*, e das temáticas que abarca, podemos supor que o discurso midiático, o qual é composto por três dimensões – informação, entretenimento e publicidade – realmente segue a tendência de, cada vez mais, ter as “fronteiras” entre suas dimensões de maneira bem tênue, mesclando informação, entretenimento e publicidade.

Quando este discurso midiático tem o esporte como tema principal – o *discurso midiático-esportivo* – o que se percebe é que as fronteiras entre informação, entretenimento e publicidade se suavizam ainda mais, talvez pela própria *polissemia* (BETTI, 1998) que o campo esportivo permite⁵⁵ e também porque “os programas esportivos têm seus limites ampliados permitindo uma maior informalidade e o abuso de elementos criativos para abordar os assuntos.” (MAURÍCIO, 2005, p. 2). Além da já conhecida relação (simbiótica) entre

⁵⁵ Tratando da questão da especificidade do jornalismo esportivo, Maurício (2005, p. 14) afirma que “o tema esportivo permite uma certa abertura que outros temas, como política, economia, ecologia, não permitem. Assim, em parte, as propriedades do jornalismo esportivo estão ligadas ao esporte enquanto esfera social que tem se apresentado como espetáculo.”

esporte e publicidade, há também a tendência geral do telejornalismo que se caracteriza no “imbricamento entre jornalismo e entretenimento”. (Ibid., p. 1)

Para prosseguir nossa análise, resgatamos alguns dados que caracterizam os sujeitos participantes da pesquisa no que se refere à relação deles com a assistência/uso de determinados veículos midiáticos, neste caso, especialmente, a televisão (principalmente a emissora *Rede Globo* com 66,67% de indicações, e nesta, o programa esportivo *Globo Esporte* com 48,25% de tudo que citaram procedente da televisão) e a internet (site *globo.com* e *globoesporte.com*, respectivamente 58,57% e 10% das notícias que citaram nos questionários-recordatários).

Durante os grupos de discussão, os sujeitos usualmente se referiam à *Rede Globo* e ao programa *Globo Esporte*, como transcrevemos abaixo para exemplificar nossa discussão:

Grupo de discussão – 15 de junho de 2007

HUGO: (...) Se você quiser ver alguma coisa sobre o Pan tem que ver no Globo Esporte.

Grupo de discussão – 22 de junho de 2007

HIKE: foi também pela tevê no Globo esporte [que acompanhei as notícias]

Grupo de discussão – 29 de junho de 2007

PESQUISADOR: (...) E onde é que foi que tu viu isso?

LELO: foi no Globo Esporte...

(...)

HUGO: é verdade, eu vi no Globo Esporte hoje...

Grupo de discussão – 13 de julho de 2007

HIKE: (...) essa semana não paravam de falar... aquela Milena, no Globo Esporte, começaram a entrevistar alguns atletas lá na vila olímpica e tal (...)

Percebemos que o programa mais referido pelos sujeitos da pesquisa foi o *Globo Esporte*, tornando-se uma referência quando querem se informar sobre os assuntos esportivos e também quando são motivados a falar sobre algo costumam citar este programa esportivo global. Podemos vincular esta constatação ao que Orozco (2006, p. 88) chama de “ritualidade comunicativa”, ou seja, práticas comunicativas que geram hábitos e promovem regularidade nos sujeitos, os quais interiorizam comportamentos e modelos ou padrões de reações diante das referências comunicativas – um processo que supõe familiaridade e tempo.

Tal programa é transmitido nacionalmente, em três blocos de exibição, sendo o primeiro voltado às informações regionais e os dois últimos compostos por informações destinadas à toda população brasileira. (MAURÍCIO, 2005, p. 5)

Tem como característica a linguagem informal, suas notícias possuem um teor divertido, com informações leves e descontraídas, e tem como proposta “transformar um fato

esportivo em um evento de entretenimento”. (Décio Lopes, um dos editores do programa, em entrevista divulgada no site oficial do Globo Esporte em 19/07/2004, citado por MAURÍCIO, 2005, p. 5).

Essa aproximação entre o jornalismo e o entretenimento tem como interesse aproximar o programa (aqui estamos falando do *Globo Esporte*, mas acreditamos que, em geral, a maioria dos programas esportivos em muito se assemelham) dos variados tipos de telespectador (desde aquele que gosta de esporte até aos desinteressados no assunto), entendendo-o como uma audiência homogênea. Como nos diz Maurício (2005, p. 8):

O telespectador do Globo Esporte espera um jornalismo calcado no entretenimento. Não há profundidade nos assuntos tratados, mas uma abordagem generalizante que permite que o telespectador saiba, resumidamente, o que ocorreu na rodada esportiva. No Globo Esporte, o telespectador pode encontrar um jornalismo criativo que foge das regras dos manuais ousando bastante no uso dos recursos televisuais. Por outro lado, o programa não permite uma avaliação densa no campo esportivo.

Além disso, considerando-se o contexto dos sujeitos desta pesquisa, que em muito citaram a emissora *Rede Globo* (e seus programas, conforme Quadro 08) e os sites *globo.com* e *globoesporte.com* (conforme Quadro 09), ou seja, um conjunto midiático que engloba as Organizações Globo (Grupo Roberto Marinho) e toda sua hegemonia nacional quando se fala em televisão⁵⁶ brasileira, podemos fazer alusão ao que Bourdieu (1997) denomina de “circularidade circular da informação”, em que os meios, em sua constituição, são muito mais homogêneos que aparentam, e ao produzirem e veicularem suas mensagens, acabam concebendo os mais variados tipos de audiência (público) como se fosse uma “massa homogênea”.

Outra relação que podemos fazer com o referido autor e os dados encontrados neste estudo, no caso com conteúdos desta categoria e desta tendência do jornalismo em “se confundir” com o entretenimento, é que, ao fazer isso, os veículos midiáticos (neste caso, televisão e internet⁵⁷) deixam de lado a veiculação de assuntos mais sérios para privilegiar os assuntos de variedades e entretenimento.

⁵⁶ Conforme fala de Marcelo de Campos Pinto, diretor da Central Globo Jurídica e de Direitos Esportivos da Rede Globo de Televisão, “a TV Globo tem, por objetivo estratégico, ser uma rede nacional de televisão que atenda aos telespectadores dos mais longínquos recantos do Brasil.” (PINTO, 2000, p. 178).

⁵⁷ Apesar de estarmos generalizando o veículo *internet*, sabemos que não se deve confundir os *sites* de empresas de notícias, por exemplo, que reproduzem digitalmente o modelo informativo tradicional, com as muitas oportunidades interativas disponibilizadas por outras ferramentas também presentes na rede mundial de computadores, como as comunidades de relacionamento e os mecanismos de comunicação síncrona (em tempo real).

Para completar a discussão no interior desta categoria, detemo-nos agora às questões da publicidade no discurso midiático-esportivo que realizou o agendamento para os Jogos Pan-americanos Rio-2007, por entender, como já argumentado anteriormente, que a publicidade é uma das dimensões deste discurso (estando muito atrelado a ele) e que, no caso do Pan 2007, foi percebido, embora de forma não muito intensa, pelos sujeitos pesquisados.

É sabido que há uma relação recíproca entre mídia e esporte, a mídia tendo o esporte como um produto de consumo para sua programação e este utilizando a mídia para sua difusão mais ampla e intensa. Nesta relação é que aparece a publicidade, ou seja, empresas com seus anúncios publicitários e o interesse comercial em estimular o consumo dos produtos esportivos (entre tantos outros).

De acordo com Viana (2000, p. 29) o “esporte é muito usado para criar novas relações comerciais e novos negócios”, principalmente pela sua grande exposição na televisão. E pela dinâmica que o esporte propicia, de trazer a cada jogo, a cada partida uma emoção renovada, torna-se “um dos maiores negócios do século.” (Ibid., p. 39).

Descrevendo o contexto que envolve toda a dinâmica entre esporte, mídia e empresas, Kaznar (2000, p. 48-49) escreve que:

Cada vez mais, o ser humano está convidado a ser um esportista. Mas, se ele não o é, ou se algum fator etário faz com que ele passe a ter menos condições para exercitar tão ativamente assim o seu próprio físico, ele pode no mínimo assistir, assistir ao esporte de terceiros, assistir a eventos que farão com que o esporte seja praticado por grandes profissionais muito bem remunerados. E estes eventos, ao serem assistidos, permitem o consumo desse assistente de toda sorte de bens e serviços. Nessa hora, não existe apenas a remuneração, a renda para o esportista, amador profissionalizado ou já profissional. Existem também a criação e o desenvolvimento de todo um conjunto de espaços empresariais que se formam em torno do esporte. E o esporte passa a ter um movimento multiplicador. Um movimento multiplicador pesado, significativo, poderoso e crescente, com perspectivas de evolução ainda maiores neste limiar do segundo para o terceiro milênio.

Assim, os Jogos Pan-americanos Rio-2007, como um grande evento esportivo que foi muito veiculado pela mídia, já algum tempo antes de sua realização – dentro daquilo que chamamos *agendamento* – também se vinculou às questões de mercado, ou seja, a publicidade. Para a realização do Pan 2007, *Petrobrás*, *Caixa Econômica Federal* e *Correios* foram os patrocinadores públicos; *Olympikus*, *Oi*, *Caixa*, *Sol* (cerveja Pilsen), *Petrobrás* e *Sadia* foram os patrocinadores oficiais dos Jogos; os quais tiveram ainda como parceiros a *Golden Cross* e *Bob's* e como fornecedores a *Odonto Prev* (Planos Odontológicos do Brasil). (NOZAKI e PENNA, 2007)

Os sujeitos pesquisados, em seus questionários-recordatórios, pouco mencionaram as questões de publicidade. Nos grupos de discussão, quando solicitados pelo pesquisador a comentarem sobre tais questões, fizeram os seguintes apontamentos:

Grupo de discussão – 22 de junho de 2007

PESQUISADOR: (...) vocês chegaram a ver alguma idéia do Pan ligada à publicidade... tipo assim, vocês perceberam alguma coisa?

HUGO: eu vi que tem o patrocínio da Colgate...

PESQUISADOR: Colgate? No pan?

HUGO: é, na Band...uma propaganda do Pan...

PESQUISADOR: da Colgate patrocinando o pan? Nunca vi...

DUDA: é muita gente ganha dinheiro em cima do Pan...

PESQUISADOR: (...) vocês se sentem atraídos ou influenciados pela publicidade? Em primeiro lugar, atraídos? Ver uma propaganda...

HUGO: pra dizer a verdade eu até quando vejo algum patrocínio assim na televisão eu até penso por que eles acham que eu vendo aquilo ali eu vou querer comprar...

LELO: é, também acho!

HIKE: é, eu também!

DUDA: é porque assim ó... eu acho assim ó.. por exemplo.. a coca-cola hoje em dia todo mundo conhece, por quê? Porque tá na tevê... (inaudível), uma outra marca de refrigerante, ninguém conhece, ninguém sabe o que que é, ninguém sabe se é bom, acho que na tevê importa muito, porque, assim, inconscientemente quando a gente tá num evento, por exemplo, a gente vai naquilo que passou na tevê ou que a gente viu na placa... geralmente... mas a diferença de preço não é tão grande!

PESQUISADOR: (...) por mais que apareça a plaquinha do Itaú lá não significa nada?

(...)

DUDA: na hora que tu for abrir uma conta no banco tu acaba que inconscientemente te leva pro Itaú porque é um banco que apareceu na tevê....

HUGO: isso eu concordo...mas eu acho que é assim ó... não porque eu vejo que eu vou lá...

HIKE: é...

PESQUISADOR: como assim não porque eu vejo?

HUGO: não porque eu vi a coca-cola aparecendo eu vou lá comprar uma coca-cola...

DUDA: (...) também acho...

(...)

HUGO: eu vim pro Energia por causa de propaganda na televisão!

Grupo de discussão – 29 de junho de 2007

PESQUISADOR: (...) Queria que cada um falasse sobre a questão da publicidade. Viram alguma associação esta semana do Pan com alguma publicidade? Vê alguma empresa que faz propaganda e puxa pra alguma chamada pro Pan? Sabe quem são as empresas que estão patrocinando?

(...)

LELO: vi mas não lembro não...é tanta coisa!

HIKE: eu consegui pegar que a *Oi*, a *Olimpikus*, a *Sol*, a *Sadia* e a *Caixa*...

(...)

HUGO: eu não vi nada de diferente, eu só vi as de sempre... da *Sadia*, da *Oi* são as principais...

DUDA: é, que nem eu... eu vi as que ele falou... da *Caixa*, *Itaú*...

(...)

HUGO: na Band eu vi propagandas do Pan e uma da *Colgate*...

HIKE: ah... é... *Colgate*!!!

Grupo de discussão – 13 de julho de 2007

PESQUISADOR: e vocês lembram quais foram os comerciais?

HIKE: eu lembro que tem um... acho que é da *Petrobrás* que dá meio uma rajada de energia, mais poder...
HUGO: tem a da *Oi* também, que é daquela academia pra quem tem poderes especiais...
(...)
PESQUISADOR: e além da *Oi* e da *Petrobrás*, vocês viram mais algum?
HIKE: da *Sadia*...
HUGO: da *Sadia* continua né... dizendo que é do Pan...
HIKE: é! Acho que é *Colgate* eu vi uma vez, eu lembro daquela propaganda...da *Caixa*, essas coisas assim...

De forma sintética, podemos dizer que, ao analisar tais fragmentos a respeito da publicidade, os sujeitos identificaram algumas empresas patrocinadoras dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 devido à sua veiculação principalmente na televisão e que os mesmos sabem do poder e da função da publicidade, mas consideram que nem sempre agem da forma como ela (a publicidade) determina, apesar de relatarem que consomem produtos/serviços que aparecem na televisão devido às formas “inconscientes” de atuação das mensagens publicitárias.

Ao encerrar as discussões sobre a categoria *Variedades*, acreditamos que os conteúdos nela vinculados (os aspectos históricos dos Jogos, notícias de uniformes e moda, hino do Pan, tabelas, publicidade, entre outros já comentados), principalmente pelo caráter do “entretenimento” nas notícias e informações ligadas ao discurso midiático-esportivo, configuraram-se em uma das estratégias da mídia na realização do agendamento para o evento. No que se refere à publicidade, esfera cada vez mais atrelada tanto ao discurso midiático como ao esporte, os sujeitos identificaram algumas empresas patrocinadoras do evento, principalmente em suas participações nos grupos de discussão (pois nos questionários-recordatórios isto pouco aparece), demonstrando saber a que a publicidade se destina e exprimindo a idéia de que nem sempre eles agem da forma “determinada” por ela.

3.4.1.4 – Tocha Pan-americana

Esta categoria foi formada devido às 63 (sessenta e três) referências dos sujeitos investigados quanto às notícias/informações que fizeram o acompanhamento do percurso da tocha dos Jogos Pan-americanos por diversas cidades brasileiras, desde quando o fogo simbólico foi aceso no México (no dia quatro de junho) até o acendimento da pira Pan-americana na cidade-sede dos Jogos, o Rio de Janeiro, no dia treze de julho (data da abertura do evento).

A tocha Pan-americana é uma versão da tocha olímpica, que é um dos símbolos mais importantes do movimento olímpico e todo seu ritual prenuncia a chegada do evento esportivo, geralmente as Olimpíadas, mas neste caso os Jogos Pan-americanos. Sua passagem pelas mais variadas cidades teve como objetivo, seguindo o que acontecia na Grécia quando a tocha levava consigo uma “mensagem de paz” e de “unificação”, envolver e contagiar a população local com o evento que aconteceria em seguida.

Pode-se dizer a partir dos relatos nos questionários-recordatórios, que o discurso em torno da *tocha pan-americana* foi bastante intenso, a ponto de ser um dos temas mais citados pelos sujeitos da pesquisa em suas anotações. Isso porque durante os 42 (quarenta e dois) dias de acompanhamento por meio dos questionários-recordatórios, em apenas 04 (quatro) dias nenhum dos sujeitos mencionou qualquer notícia referente à tocha pan-americana (dias 15/06, 22/06, 04/07 e 13/07).

Como registros apontados pelos sujeitos em seus questionários-recordatórios, podemos citar alguns exemplos deste acompanhamento:

- *“chama do Pan será acesa segunda no México”*
- *“chama do Pan chegará à Bahia na terça”*
- *“chama do Pan já está no Brasil”*
- *“tocha na Bahia”*
- *“tocha chega a Goiânia”*
- *“tocha chega a Minas Gerais”*
- *“tocha chega a Vitória”*
- *“tocha chega a Salvador”*
- *“tocha chega a Sergipe”*
- *“tocha chega a Brasília”*
- *“Presidente acende a chama Pan-americana”*
- *“tocha continua percorrendo o Brasil, agora em Pernambuco e de tarde vai para Brasília”*
- *“tocha continua percorrendo o Brasil”*
- *“Após Recife, tocha chega a Olinda”*
- *“chama desembarca em Maceió”*
- *“tocha chega a João Pessoa”*
- *“tocha em Fernando de Noronha”*
- *“tocha passa por Fortaleza”*

- *“tocha chega a Teresina”*
- *“chama causa emoção no Piauí”*
- *“tocha passeia por Tocantins”*
- *“tocha em Belém do Pará”*
- *“tocha passa por São Luís, no Maranhão”*
- *“tocha em Macapá”*
- *“tocha passa por belas paisagens em Manaus”*
- *“Acre recebe a chama do Pan”*
- *“tocha em Porto Velho”*
- *“tocha no coração do continente, Cuiabá”*
- *“Pira do Pan é lançada”*
- *“próxima passagem da tocha é Mato Grosso do Sul”*
- *“A tocha está em Porto Alegre, Rio Grande do Sul”*
- *“tocha em Santa Catarina”*
- *“tocha em Floripa”*
- *“tocha em Foz do Iguaçu”*
- *“tocha em Blumenau”*
- *“tocha em Curitiba”*
- *“tocha em Guarulhos”*
- *“tocha em Santos”*
- *“penúltimo dia da tocha em São Paulo”*
- *“São Paulo está na presença da tocha”*
- *“tocha passa por São Paulo e chega à Rocinha”*
- *“tocha é recebida por samba e capoeira no Quilombo do Rio, é transportada de barco até Parati”*
- *“tocha passeia pelo Rio”*
- *“tocha em Búzios”*
- *“projeto social em Niterói na festa da tocha”*

Através destes exemplos, podemos dizer que houve uma tentativa, tanto pelo fato da tocha percorrer todos os estados brasileiros como também do discurso sobre este procedimento *agendando* o evento que aconteceria em seguida, em tornar os Jogos Pan-americanos não apenas restrito à cidade do Rio de Janeiro, mas a de um país inteiro, um evento que integrasse todo o Brasil – obviamente com vistas a um público maior, ou seja, até

a chegada da data de abertura dos Jogos Pan-americanos, o interesse e conseqüentemente a audiência em torno do evento já estaria concretizada em âmbito nacional.

Durante os grupos de discussão também houve menções ao conteúdo da categoria *Tocha Pan-americana*. Um dos sujeitos destacou que a notícia que havia achado mais interessante era “aquela coisa da tocha no México” (LELO, 15/06/2007) e outro disse o seguinte: “eu acredito que a tocha [foi a notícia mais interessante], tudo que se falou sobre a tocha, ela ter sido acesa no México” (DUDA, 15/06/2007).

No encontro realizado no dia 22 de junho de 2007, por várias vezes os sujeitos da pesquisa mencionaram a tocha pan-americana, inclusive escolhendo este assunto como a notícia que mais chamou a atenção deles:

Ah... não sei, porque eu não assisti muito assim né, daí eu... é... eu peguei assim do local das tochas (...) [a notícia que mais chamou atenção foi] do local por onde passou a tocha... que ta passando pelo Brasil, parece que ainda não chegou aqui né (HIKE, 22/06/2007).

A cada semana que vai chegando mais perto tem mais notícias. Nessa semana tem um monte de notícias. Assim... teve a da tocha que vem desde a semana passada. (DUDA, 22/06/2007).

Neste mesmo encontro, conforme o roteiro elaborado para o grupo de discussão do dia 22 de junho de 2007, formulou-se uma pergunta sobre o que os sujeitos viam que acontecia nas cidades por onde a tocha passava. As respostas foram as mais diversas, e são apresentadas a seguir:

Ah... é mais uma integração social que, eu vi hoje na Globo, que agora passou no Globo Esporte, teve índios, negros e brancos. (HUGO, 22/06/2007)

Pra todo mundo ficar ligado no Pan. (...) e também pra mostrar pras pessoas o evento. (HIKE, 22/06/2007)

É! É isso que eu ia falar... passa por um ritual de cerimônias. (DUDA, 22/06/2007)

Um pouco pra não ficar só no Rio de Janeiro, pra não ficar um bairrismo. (HIKE, 22/06/2007)

No grupo de discussão realizado no dia 29 de junho de 2007, três dos quatro sujeitos participantes elegeram o assunto da *tocha pan-americana* como notícias que mais chamaram suas atenções no decorrer da semana, de acordo com as transcrições que seguem abaixo:

Eu acho que foi... eu ouvi dizendo que a tocha estava lá em Porto Alegre e daí acho que ia chegar quase no dia quando ia começar o pan e daí a pira. (LELO, 29/06/2007)

Só o que eu achei legal foi que desta vez a tocha foi nos indígenas... daí eles acenderam o fogo da competição e que significa pra eles tudo de bom assim. (HUGO, 29/06/2007).

Assim, nessa semana tava que nem nas outras... tocha... (DUDA, 29/06/2007).

Neste mesmo encontro, do dia 29 de junho, quando foi perguntado aos sujeitos se eles acompanhavam o percurso da tocha, os mesmos mostraram que estavam acompanhando, pois sabiam por onde já havia passado, onde ela estava naquele dia e onde passaria ainda. A seguir é transcrito o trecho do grupo de discussão pra melhor visualização deste diálogo:

Passou por Brasília já! (DUDA)
[hoje está] numa comunidade indígena do Mato Grosso! (HUGO)
Em Mato Grosso! (DUDA)
Cuiabá... (LELO)
Vai passar aqui por Santa Catarina? (PESQUISADOR)
Vai! (DUDA)
Vai! (HUGO)
Acho que vai! (HIKE)
Vai passar por Florianópolis! (DUDA)
Passou em Goiás? (HIKE)
Passou! (DUDA)

Também no encontro realizado no dia 13 de julho de 2007, data da abertura dos Jogos Pan-americanos, um dos sujeitos, quando solicitado a eleger a principal notícia da semana que havia passado, mencionou a tocha pan-americana, ao dizer que:

(...) uma notícia principal eu não sei... mas eu digo essa semana está passando muita, muita, muita coisa assim... né... e... pó... realmente está aumentando o número de notícias... essa semana não paravam de falar... (...) acho que a tocha chegou rápido até... até chegar no Rio hoje (...). (HIKE, 13/07/2007)

A partir destes dados relativos à categoria *Tocha Pan-americana*, tecemos alguns comentários procurando interpretar o contexto desta categoria numa visão mais ampla, considerando-a como uma das estratégias de agendamento para os Jogos Pan-americanos Rio-2007 percebidas de forma mais clara pelos sujeitos pesquisados ao fazer o acompanhamento do discurso midiático-esportivo. Isso se deve, talvez, porque a própria mídia enfatizou de forma muito intensa, durante o período do acompanhamento dos sujeitos, o assunto da tocha pan-americana.

A mídia, ao veicular notícias e informações sobre a tocha pan-americana, desde quando ela foi acesa num ritual indígena no México, no dia 04 de junho de 2007, até o dia 13 de julho, quando foi realizada a solenidade de abertura dos Jogos Pan-americanos na cidade do Rio de Janeiro, procurou utilizar em seu discurso aspectos da *identidade nacional* (nos remetendo às *mediações culturais*, de acordo com Martín-Barbero, 2003), considerando a passagem deste símbolo unificador dos Jogos por todos os estados brasileiros e nas mais diversas cidades (em sua maioria as capitais).

Se o objetivo do revezamento da tocha pan-americana por diversas cidades brasileiras era a unificação dos povos e a divulgação dos valores do esporte, acreditamos que a mídia aproveitou-se deste discurso e conferiu, à sua maneira, um discurso de *integração nacional* a partir das notícias que tratavam da tocha. Em cada cidade que ela passava, aspectos históricos e culturais dos locais eram apresentados ao público, inclusive com a utilização, no revezamento, não só de *atletas locais de destaque* como também outras *celebridades locais* (música, política, artes etc.), com o objetivo de chamar a atenção do público e já ir, aos poucos, criando uma identificação deste para com os Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Assim, a organização dos Jogos e a mídia faziam um “duplo movimento” para chamar a atenção do público para o evento que aconteceria futuramente: a presença da tocha nas principais cidades brasileiras atraía a atenção das pessoas de forma presencial, e para aqueles que acompanhavam pela mídia, era uma forma de dizer onde a tocha se encontrava e a festa que acontecia cada vez que ela chegava/saía das cidades envolvidas no revezamento.

A intenção, obviamente, com este agendamento utilizando a estratégia da tocha pan-americana, além de pautar o evento, tornando-se assunto a ser visto e discutido pelas pessoas, era a de criar/preparar, desde já, o público que acompanharia os Jogos, levando tais informações para todo país.

Considerando que a televisão foi o veículo midiático mais citado pelos sujeitos da pesquisa, com 60,32% (conforme Quadro 07), e que a *Rede Globo* foi a emissora que recebeu o maior número de referências ao acompanharem o discurso midiático-esportivo para o Pan 2007 (66,67% - Quadro 08), convém expor um trecho transcrito de um diretor de direitos esportivos da Rede Globo ao falar sobre a mídia e o marketing esportivo:

(...) em termos de esportes, o compromisso primeiro e permanente da Rede Globo de Televisão é o de estar sempre junto ao brasileiro na sua paixão pelo futebol e pelo Brasil. Daí o fato de desenvolvermos alguns projetos permanentes, como o Projeto Futebol, que é lançado todos os anos, e, de tempos em tempos, os projetos dos Pan-americanos, das Olimpíadas e de diversos outros eventos em que temos a presença do Brasil de uma forma que mereça ser acompanhada à medida que todos

sabemos que o brasileiro vibra com a presença brasileira, seja em que esporte for. (PINTO, 2000, p. 178)

Fica explícita, neste caso, a intenção de um veículo midiático que possui uma hegemonia nacional no âmbito da comunicação, principalmente a televisiva, em inserir no cotidiano de toda uma população aspectos que são de interesse de determinados grupos comunicacionais, veiculando informações relativas aos Jogos Pan-americanos Rio-2007. Para isso, acreditamos que a *Rede Globo* (referimo-nos especificamente à ela por ter sido a emissora mais citada pelos sujeitos) tenha criado, a partir da estratégia da tocha pan-americana e com a idéia de agregar a população brasileira em torno do evento, o *slogan* “O Pan do Brasil”, ajudando a “vender” o evento, de acordo com o que foi expressado por Bucci (1998) citado por Pires (2002): a mídia como promotora e divulgadora dos Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Novamente resgatamos informações dos sujeitos da pesquisa, os quais mencionaram que têm o programa *Globo Esporte* como um “programa referência” com relação aos assuntos esportivos, pois 48,25% das menções nos questionários-recordatórios referem-se ao programa, o que também é reforçado quando opinaram nos grupos de discussão. Como nos diz Maurício (2005, p. 6),

O Globo Esporte cria selos especiais e vinhetas para eventos específicos como os Jogos Pan-Americanos, Copa do Mundo, Copa América, Campeonato Brasileiro, Mundial de Vôlei de Praia. Quando são colocados esses selos, o telespectador já espera o assunto que será abordado. O uso desses recursos cria um endereçamento voltado para um público que espera uma alta qualidade da imagem, e que possui familiaridade com a linguagem televisiva.

Quanto à esta estratégia da *Rede Globo*, os sujeitos, quando nos grupos de discussão, relataram conhecer o *slogan*, apesar de saberem que o nome do evento era “Jogos Pan-americanos Rio-2007” (e não “O Pan do Brasil”). Em seguida apresentamos as transcrições que melhor exemplificam o que acabamos de comentar:

Grupo de discussão – 29 de junho de 2007

PESQUISADOR: vocês já ouviram falar em Pan do Brasil?

LELO: não!

HUGO: eu já ouvi falar!

DUDA: é!

PESQUISADOR: vocês acompanham bastante a Globo né?

TODOS: sim!

PESQUISADOR: vocês já ouviram na Globo o “Pan do Brasil”?

HUGO: sim!

DUDA: sim!

PESQUISADOR: como vocês colocam bastante no recordatário que vêm a Globo, eu achei que vocês já tivessem visto, por isso!
HUGO: é... eu vejo assim! Às vezes eu vejo falar em “Pan do Brasil”... outras vezes “faltam tantos dias para o Pan Rio 2007”....
PESQUISADOR: mas o nome certo é?
HIKE: Jogos Pan-americanos Rio-2007...

Grupo de discussão – 13 de julho de 2007

PESQUISADOR: (...) como é que é o nome certo dos Jogos?
HUGO: Jogos Pan-americanos Rio-2007. Ah! Eu vi sobre o que significa “Pan”...
(...)
HUGO: que... era um Deus grego que significa força, paz...e não sei o que...
PESQUISADOR: e onde tu viu isso?
HUGO: aí, também não lembro, e eu nem marquei porque assim, eu não prestei muita atenção. Acho que foi no Esporte Espetacular domingo. Eu vi só porque falou o que significa Pan, aí perguntaram pra uma professora e ela explicou...
(...)
PESQUISADOR: e vocês ouviram em algum lugar falar os “Jogos do Brasil”... tipo assim, a chamada Jogos Pan-americanos Rio-2007 o “Pan do Brasil”?
HUGO: o Pan do Brasil já...
HIKE: eu acho que sim!
PESQUISADOR: já ouviram?
HUGO: Jogos Pan-americanos Rio-2007, o Pan do Brasil acontece aqui...
HIKE: é, o Galvão Bueno...
PESQUISADOR: e vocês lembram onde foi isso?
HUGO: eu já vi na Band, numa propaganda, mas faz tempo já...
(...)
HIKE: acho que eu me lembro de ter ouvido, mas nem lembro direito onde que é...
PESQUISADOR: ouviu mas não lembra?
HIKE: é!

Também nos grupos de discussão, os sujeitos da pesquisa alegaram que a justificativa para tanta informação e repercussão para os Jogos Pan-americanos devia-se ao fato deste grande evento esportivo estar sendo realizado no Brasil – era isso que, sob a ótica deles, a mídia procurava chamar a atenção, conforme transcrição abaixo:

Grupo de discussão – 22 de junho de 2007

PESQUISADOR: (...) o que justificaria tanta notícia na tevê ou na internet, tanta repercussão assim por causa dos Jogos Pan-americanos?
HUGO: mais pelo fato de ser no Brasil né!
HIKE: é... por ser no Brasil!
(...)
LELO: é... é verdade!

Com esta exposição mais ampla sobre a categoria *Tocha Pan-americana*, ao finalizar nossa interpretação, podemos dizer que pela forma e pela intensidade com que foi tratada pelos veículos midiáticos (principalmente a televisão), caracterizou-se como uma das estratégias mais evidentes no agendamento para os Jogos Pan-americanos, percebidas facilmente pelos sujeitos pesquisados ao acompanharem o discurso midiático-esportivo deste

grande evento. Para sua efetivação, tanto a organização dos Jogos como os veículos midiáticos que fizeram a cobertura do revezamento da tocha pan-americana pelas diversas cidades brasileiras, aproveitaram-se de elementos da cultura local (pontos turísticos, aspectos históricos, personalidades, gastronomia etc.) para chamar a atenção do público brasileiro na tentativa de criar uma identidade nacional entre população e o evento esportivo.

3.4.1.5 – Contagem regressiva

Para a elaboração desta categoria, levamos em conta 41 (quarenta e um) registros que se referiam à quantidade de dias que faltavam para o início dos Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Durante os 42 (quarenta e dois) dias de acompanhamento por meio dos questionários-recordatários, desde o primeiro dia do preenchimento (dia dois de junho) até o último dia de preenchimento deste mesmo instrumento (dia treze de julho – data da abertura do evento), apenas no dia 03/06 (três de junho) nenhum dos sujeitos pesquisados mencionou quantos dias faltavam para a abertura dos Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Percebe-se, portanto, que houve uma intensa divulgação, seja na internet, seja na televisão, com relação a uma intenção de preparar o público para acompanhar os Jogos Pan-americanos a partir de sua abertura oficial.

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

Nos relatos dos sujeitos da pesquisa quanto ao *agendamento cronológico*, geralmente descreveram nos questionários-recordatários a seguinte frase: “*faltam ‘x’ dias para o Pan*”. Também escreveram: “*faltam ‘x’ dias para começar o Pan*”; “*faltam ‘x’ dias para o Pan Rio 2007*”; “*‘x’ dias para o início*”; “*hoje falta exatamente um mês para o início do pan*”; “*faltam ‘x’ dias para o pan e a Band vai ter a cobertura completa do evento*”; “*dia 13 começa o Pan. Faltam 10 dias*”; “*O Pan começa oficialmente amanhã, porém hoje já acontecem alguns jogos*” e “*Pan a mil, falta um dia, preparativos e ansiedade para estréia*”.

Também durante os grupos de discussão se procurava, por meio de perguntas, saber dos sujeitos da pesquisa se eles viam ou percebiam notícias e informações (ou mesmo contadores) que marcavam os dias que faltavam para a abertura dos Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Um dos sujeitos relatou que a notícia que mais viu foi referente aos dias que faltavam para a abertura dos Jogos: “o que mais ganhou foi o... ah... faltam tantos dias para o Pan... passa na internet.” (HUGO, 15/06/2007).

No grupo de discussão do dia 22 de junho de 2007 menções à contagem regressiva para a abertura dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 também foram feitas pelos sujeitos:

É... 21 dias! (DUDA, 22/06/2007)

Eu vi no site da globo.com (...) tem dia, hora, minutos e segundos... só que daí já contando pela hora do... tipo... acho que vai começar as duas horas né a abertura... daí lá, por exemplo agora, falta 21 dias e tantas horas, quando ontem de manhã estava 22 dias e tantas horas. (HUGO, 22/06/2007)

No encontro realizado no dia 29 de junho de 2007, durante o grupo de discussão, novamente três sujeitos da pesquisa relataram que faltavam quatorze dias a abertura dos Jogos Pan-americanos, conforme as transcrições abaixo:

14 dias! (HUGO, 29/06/2007)

14 dias (HIKE, 29/06/2007)

14! (DUDA, 29/06/2007)

Segundo os sujeitos, havia contadores que faziam essa contagem e que eram mostrados tanto na internet como na televisão:

Eu vi na internet porque aparece no globo.com. (HUGO, 29/06/2007)

No site globo.com. (LELO, 29/06/2007)

Ah, na tevê! (HUGO, 29/06/2007)

Eu vi que sempre tem no Globo Esporte numa propaganda aleatória. (HIKE, 29/06/2007)

Além disso, de acordo com a declaração de um dos sujeitos da pesquisa, a *contagem regressiva* era realizada também em transmissões esportivas anteriores aos Jogos Pan-americanos, conforme transcrição abaixo:

O Galvão Bueno em alguns momentos geralmente ele falava assim: “ah... alguma coisa do Pan”; “faltam tantos dias pro Pan”... “a Globo é o Pan na televisão”... que a Globo ia transmitir o Pan. (HUGO, 22/06/2007).

Os sujeitos da pesquisa relataram, também no encontro do dia 13 de julho, que percebiam e viam formas que a mídia (televisão e internet) veiculava os dias que faltavam para a abertura oficial dos Jogos Pan-americanos Rio-2007, como aponta a transcrição:

É... e internet também né! Mas na tevê foi o que mais chamou a atenção... porque na internet mesmo que é o que eu acompanho mais é o site da Globo pra eu ver sobre futebol e daí na primeira página já tem sobre a contagem regressiva do Pan. (HUGO, 13/07/2007)

Quando se perguntou aos sujeitos se saberiam dizer quanto tempo faltava para começar os Jogos Pan-americanos Rio-2007 (convém lembrar que o encontro foi no dia 13 de julho, às 14 horas, algumas horas antes da cerimônia de abertura dos Jogos), as respostas foram as seguintes:

É... algumas horas! (HIKE, 13/07/2007)

É... dias não faltam nenhum né! Quer dizer, o Pan mesmo já começou... faltam algumas horas para a abertura né... oficial! Que é lá na abertura lá. (HUGO, 13/07/2007)

Feita esta descrição e caracterização da categoria que aqui denominamos *Contagem regressiva*, criada em função do acompanhamento que os sujeitos pesquisados tiveram ao perceber a forma como a mídia (principalmente televisão e internet) veiculou e “contou os dias” que faltavam para a abertura dos Jogos, preocupamo-nos agora em discutir um pouco mais esta que foi, sem dúvida nenhuma, uma das estratégias mais evidentes de agendamento para os Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Considerando-se o que a *teoria do agenda-setting* (ou agendamento) explicita, ou seja, a pretensão que a mídia tem ao oferecer ao público temas para pensar e discutir, projetando um evento (no caso dos Jogos Pan-americanos Rio-2007) e buscando, com isso, uma interação com a opinião pública (TRAQUINA, 2001; WOLF, 2001), devemos levar em conta que tal processo de apresentar este grande evento esportivo começou há muito tempo antes, talvez desde quando a cidade do Rio de Janeiro foi escolhida para ser a sede da décima quinta

edição dos Jogos, em 2002, tomando mais força no momento em que se encerrou a edição anterior dos Jogos, em Santo Domingo (2003).

Precisar uma data não é nossa intenção e nem temos condições de fazer isso. O que queremos dizer é que levando-se em conta que o agendamento supõe a questão temporal (longo prazo) e que seus efeitos se dão de forma acumulativa, argumentamos, de acordo com nosso olhar, que aos poucos o evento foi sendo colocado pela mídia como algo que iria acontecer em território brasileiro futuramente, uma competição continental de grandes proporções que atrairia as atenções de todos.

A seguir descrevemos um exemplo de como o agendamento vai tomando forma por meio do discurso midiático-esportivo ao longo do tempo.

No ano anterior à edição carioca dos Jogos Pan-americanos, em 2006, ocorreu a Copa do Mundo de futebol na Alemanha. Todas as atenções da mídia se voltaram à este evento, que mobilizou boa parte da população brasileira, principalmente pela relação do brasileiro com o futebol, considerado há muito tempo como um elemento cultural de nosso país. Não é exagero nenhum dizer que literalmente o Brasil “pára” diante dos aparelhos televisores para acompanhar os jogos da seleção. As pessoas se reúnem, como se fosse um ritual, para torcer pela seleção verde-amarela. Os índices de audiência às transmissões dos jogos são altíssimos (até porque, como já ocorreu nas duas últimas edições da Copa do Mundo – Alemanha, 2006; Japão/Coreia do Sul, 2002) há o monopólio da *Rede Globo* em transmitir tais competições.

No encerramento da transmissão do jogo entre Brasil *versus* França, realizado no dia 01/07/2006, pelas quartas-de-final da Copa, em que a seleção francesa venceu o jogo por um gol a zero, eliminando a seleção brasileira da Copa, o locutor Galvão Bueno deu a seguinte declaração: “É só esporte! E ano que vem [2007] tem os Jogos Pan-americanos e depois tem as Olimpíadas de Pequim em 2008.”

No dia da final da Copa, 09/07/2006, ao encerrar a transmissão entre Itália e França (jogo vencido pelos italianos), novamente o locutor Galvão Bueno mencionou os Jogos Pan-americanos em sua fala: “Ano que vem é ano de Pan-americano no Rio de Janeiro, no Brasil... e vamos fazer todos juntos uma grande festa!”.

Outro exemplo que podemos citar foi o que aconteceu no mês de abril de 2007. Faltando três meses para a abertura dos Jogos, enfatizou-se, nos mais variados meios (televisão, internet e mídia impressa) que faltavam “100 dias” para iniciar o Pan 2007.

Como podemos ver, o agendamento é realizado aos poucos, às vezes de forma sutil, mas sempre com o interesse de pautar um acontecimento, um fato.

Desde que se acompanhou o discurso midiático-esportivo por meio dos questionários-recordatários, 42 (quarenta e dois) dias antes da abertura dos Jogos, os sujeitos pesquisados, com exceção do dia 03 de junho, sempre relataram ter visto a contagem regressiva para o início dos Jogos, e isso se confirmava, também, nos grupos de discussão, quando perguntávamos quantos dias que faltavam para o início do Pan. Eles sempre sabiam a resposta e comentavam que observavam isso na televisão e na internet, principalmente (os fragmentos transcritos anteriormente no interior desta categoria servem para ilustrar nossos argumentos).

Assim, podemos supor que inicialmente uma contagem regressiva para a abertura dos Jogos, como no exemplo das declarações do locutor Galvão Bueno tinham apenas a intenção de ir “apresentando” o evento. Quando foi se tornando mais próximo de sua realização, a contagem regressiva, agora realizada de forma mais intensa ainda (inclusive com “contadores”, na televisão e na internet) tinha como intenção fazer o público acompanhar, em *contagem regressiva*, a chegada do Pan 2007, criando, desta maneira, expectativas na população brasileira.

Concluindo nossa interpretação desta categoria, entendemos que foi a forma manifesta de se realizar o *agendamento* para os Jogos Pan-americanos, seria a própria “virada de página da agenda”, realizando uma *contagem regressiva* para o início oficial do Pan 2007, fazendo o público em geral acompanhar esta contagem, ao mesmo tempo em que pautava o evento e permitia ao público mobilizar seu imaginário em relação aos Jogos.

IV – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com tudo que já foi exposto até o momento, partimos agora para as considerações finais deste estudo, situação esta bastante singular e complexa, que demanda uma poderosa capacidade de síntese e atenção aos detalhes, articulando os dados empíricos com os elementos teóricos, e assim dar nossa contribuição ao campo acadêmico em que nos vinculamos.

Para a realização de nossa síntese, vamos nos deter em dois grandes eixos: um deles diz respeito ao resgate da teoria que embasou esta pesquisa, ou seja, a própria construção do agendamento para os Jogos Pan-americanos Rio-2007, através do discurso midiático-esportivo acompanhado e observado sob a perspectiva dos sujeitos pesquisados; o outro eixo se refere à necessidade cada vez mais premente de a Educação Física, como prática educativa inserida no ambiente escolar, participar de forma mais ativa como “mediadora escolar” e, neste caso, também ampliamos nossa discussão para a questão da formação profissional inicial e continuada que oriente os professores para tal perspectiva de atuação, qual seja, a Educação Física como participante do processo de *mídia-educação*.

Iniciando nossas considerações, abordamos o primeiro eixo considerado acima, ou seja, a construção do agendamento para os Jogos Pan-americanos Rio-2007 e, para isso, começamos retomando o objetivo central do estudo e uma rápida descrição dos procedimentos realizados nesta pesquisa.

Nosso objetivo, ao realizar este estudo, era procurar compreender como jovens estudantes de um determinado contexto sócio-cultural expressavam sua compreensão a respeito do discurso midiático-esportivo realizado para o agendamento dos Jogos Pan-americanos Rio-2007.

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

Ao partirmos para a segunda etapa da pesquisa, tivemos o imprevisto da greve na rede municipal, o que impossibilitou a realização do acompanhamento com os alunos da escola

pública, o que acabou prejudicando uma das questões de investigação deste estudo, que era a descrição de dois contextos sócio-culturais distintos, ficando restrito apenas ao contexto dos alunos da escola particular.

Durante os 42 (quarenta e dois) dias de acompanhamento com o pequeno grupo (de primeiro de junho a treze de julho de 2007), constituído por 04 (quatro) alunos da escola particular, recolhemos 22 (vinte e dois) questionários-recordatários e realizamos 06 (seis) encontros, os quais denominamos *grupos de discussão*. Nesta segunda etapa da pesquisa, ao analisar os dados, identificamos 05 (cinco) categorias: *Treinamento e Delegações, Infra-estrutura e segurança, Variedades, Tocha Pan-americana e Contagem regressiva* – que foram, a nosso ver, a maneira como a mídia, principalmente a televisiva, promoveu o agendamento para os Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Percebemos, entre outras coisas, o predomínio do uso da televisão e da internet na vida dos jovens pesquisados, principalmente da primeira, configurando-se como o veículo midiático de maior consumo e impacto, aquele em que as pessoas mais buscam informações e temas para discutir. Trata-se, segundo Martín-Barbero (2006), da *domesticidade televisiva*, ou seja, a televisão, pela sua ampla inserção no ambiente doméstico, tem uma grande capacidade de produzir significados através de suas mensagens, imagens e sons.

Nas falas e descrições dos sujeitos pesquisados, há uma indicação bastante acentuada da *televisão* em seus cotidianos, o que corrobora a *domesticidade televisiva* e, de forma particular, indicam a hegemonia da *Rede Globo*⁵⁸ como emissora mais assistida e citada, e o programa esportivo *Globo Esporte* como um “programa-referência” quando se deseja obter informações sobre o mundo esportivo – podemos dizer que o referido programa se constituiu em uma *ritualidade comunicativa* (OROZCO, 2006), tendo em vista a familiaridade dos sujeitos pesquisados com o programa e o fato de ser o mais mencionado por eles, tanto nos questionários-recordatários como nos grupos de discussão.

Com relação ao processo de agendamento para os Jogos Pan-americanos Rio-2007, realizado pelo discurso midiático-esportivo em geral e que teve a intenção de, aos poucos e ao longo do tempo, de forma acumulativa (TRAQUINA, 2001; WOLF; 2001), apresentar o grande evento esportivo para o público brasileiro em geral, podemos inferir que foi tratado de acordo com o que a literatura existente aponta, ou seja, foi transformado num grande *espetáculo esportivo* à maneira da *falação esportiva* (ECO, 1984; BETTI, 1998; BORELLI, FAUSTO NETO, 2002), que precisava de todas as atenções possíveis, principalmente por

⁵⁸ Em estudo de Antunes (2007), ao analisar a influência desta emissora, a autora escreve que, a partir dos dados empíricos encontrados em sua pesquisa, para aqueles sujeitos, “assistir televisão é assistir a Globo”.

estar sendo realizado em uma cidade brasileira e para mostrar a todo o País uma geração de atletas vencedores, representantes estes capazes de levar o Brasil a grandes vitórias.

Em relação àquilo que a literatura aponta sobre o agendamento e a maneira como ele é realizado pela mídia, é necessário resgatar as ações consideradas por Wolf (2001). Para este mesmo autor, é através da *acumulação*, *consonância* e *onipresença* que a mídia constrói suas ações ao expor uma nova temática que precisa ser apresentada à população. No caso dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 (e dos dados encontrados em campo), podemos dizer que estas três ações foram realizadas. A *acumulação*, que seria o poder da mídia em criar e manter a relevância do tema, pode ser constatada desde a aplicação do primeiro questionário para selecionar os sujeitos da pesquisa (ainda no mês de abril de 2007, quase três meses antes da realização do evento), além do acompanhamento que se fez desde o primeiro dia dos questionários-recordatórios até a data de abertura dos Jogos. A *consonância* refere-se ao fato de as mensagens serem mais semelhantes que dessemelhantes, e isto também ficou evidente no preenchimento dos questionários-recordatórios, nos quais as mesmas informações costumavam aparecer em diferentes instrumentos de pesquisa por eles preenchidos. Por fim, a *onipresença*, que é a difusão quantitativa dos meios de comunicação, também se mostrou presente, tendo em vista a grande quantidade de informações sobre o evento, principalmente na *Rede Globo* e nos sites de internet *globo.com* e *globoesporte.com*.

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

Assim, os Jogos Pan-americanos Rio-2007 foram enquadrados, de acordo com Traquina (2001), ao falar sobre o *enquadramento do acontecimento*, como um espetáculo esportivo que aconteceria no Brasil em 2007 e que teria a participação de todos os países do Continente Americano, enfatizando a delegação brasileira na figura individual dos principais atletas brasileiros e suas chances de vitória e obtenção de medalhas.

Os sujeitos investigados perceberam, ao acompanharem o discurso midiático-esportivo, a ênfase que a mídia, por seus mais variados veículos, atribuiu aos atletas considerados “mais famosos” do âmbito esportivo brasileiro, como uma forma de criar uma identificação com o público em geral e também de gerar boas expectativas de vitória, aproximando as questões de identificação cultural como um atrativo para se acompanhar o evento esportivo. Isto ficou mais claro com a identificação da categoria *Treinamento e delegações*, em que se observou a preocupação com os aspectos técnicos da preparação dos atletas, mas que no fundo acabava focando-se nas questões de personificação, isto é, os atletas considerados os ídolos (por exemplo: Guga, Vanderlei Cordeiro, Janeth, Nalbert, Ricardo e Emanuel, Rodrigo Pessoa, Daiane dos Santos, Jardel Gregório, Maureen Maggi, Marta, Hugo Hoyama e os técnicos Bernardinho e Zé Roberto) como aqueles que “chamavam a atenção” da população para tornar o evento mais próximo do público, pois, conforme Kellner (2006), os espetáculos esportivos sempre contêm dramas de celebridades que atraem a atenção do público.

Outra estratégia identificada pelos sujeitos pesquisados e que aqui denominamos como *Infra-estrutura e Segurança* também se configurou em uma das maneiras como o discurso midiático-esportivo (articulado com discursos econômicos, políticos e sociais) atuou ao realizar o agendamento para o Pan 2007. Neste caso, as notícias veiculadas sobre os aspectos das construções/reformas de instalações esportivas para os Jogos e os aspectos da segurança na cidade do Rio de Janeiro para o grande evento esportivo tinham como intenção criar uma interação com a opinião pública, fazendo o público acompanhar o desfecho das obras com bastante expectativa, já que as críticas apresentadas não extrapolavam as próprias críticas veiculadas pela mídia, que no máximo destacavam o atraso nas obras. Apesar de os sujeitos perceberem a relação política dos Jogos Pan-americanos com a realização de eventos de âmbito mundial em solo brasileiro no futuro (como Copa do Mundo e Olimpíadas), tanto pela questão do legado como pelo investimento público, mostraram-se bastante “torcedores” em suas críticas, com um olhar que podemos considerar, de certa forma, “ingênuo”.

As notícias de entretenimento que veiculavam informações sobre os Jogos Pan-americanos Rio-2007 também foram percebidas e relatadas pelos sujeitos da pesquisa, as quais foram agrupadas na categoria que identificamos como *Variedades*, uma categoria que foi elaborada em função de notícias que pautavam assuntos não muito importantes ou esclarecedores sobre o evento, além dos aspectos da publicidade dos Jogos. Sua presença permite observar que as fronteiras do discurso midiático realmente estão cada vez mais misturadas, mesclando informação, entretenimento e publicidade. Sobre tais aspectos,

podemos dizer que a questão da mercadorização do esporte, ou seja, o esporte como algo a ser vendido e consumido, não esteve muito presente nas falas dos sujeitos da pesquisa. Apesar disso, quando foram provocados a falar da publicidade e sua relação com o esporte e a mídia, os sujeitos foram capazes de identificar algumas empresas patrocinadoras do evento e demonstraram um certo conhecimento em relação aos objetivos da publicidade, argumentando que eles nem sempre agem da forma como a publicidade força a todos agirem.

Dentre todas as estratégias de agendamento realizadas pelo discurso midiático-esportivo em relação aos Jogos Pan-americanos Rio-2007, talvez as que foram mais visíveis tenham sido o acompanhamento da Tocha Pan-americana pelo território brasileiro e a contagem regressiva que se fez dia a dia para a abertura oficial dos Jogos. Tanto a primeira como a segunda foram identificadas e descritas pelos sujeitos pesquisados, as quais acabaram originando duas categorias: *Tocha Pan-americana* e *Contagem regressiva*.

Em relação à *Tocha Pan-americana*, foi um dos temas mais citados pelos sujeitos investigados em suas anotações e também um dos assuntos que mais sabiam a respeito nos grupos de discussão. Consideramos que esta estratégia de agendamento para os Jogos Pan-americanos Rio-2007 teve sucesso porque utilizou como recurso a mobilização da mediação cultural (MARTÍN-BARBERO, 2003) com a intenção de criar uma identificação nacional do público com o evento que aconteceria em seguida, numa dialética local/global.

E, por último, quanto à *Contagem regressiva*, também a consideramos como uma das estratégias mais evidentes do discurso midiático-esportivo, que fez o agendamento para os Jogos naquilo que denominamos a própria “virada de página da agenda”, ou seja, contar os dias que faltavam até a abertura dos Jogos – tornando-se a forma manifesta de realização do agendamento para os Jogos Pan-americanos Rio-2007 e fazendo o público em geral acompanhar a contagem, ao mesmo tempo em que o evento aos poucos ia sendo apresentado e permitindo ao público imaginar como seriam os Jogos.

Até o momento argumentamos quanto ao primeiro eixo que nos referimos inicialmente, que estava voltado em resgatar os dados encontrados neste estudo, ou seja, como os sujeitos investigados expressaram a sua compreensão ao acompanhar o discurso midiático-esportivo que caracterizou o agendamento em torno dos Jogos Pan-americanos Rio-2007. A partir de agora, discutiremos acerca do segundo eixo, que se refere às possíveis repercussões desta pesquisa no campo da Educação Física, ao entendermos que seus resultados apontam para a necessidade cada vez mais iminente de este componente curricular se basear nas questões midiáticas ao realizar suas intervenções, considerando-se que a mediação tecnológica se faz cada vez mais presente e intensa na vida dos jovens e que, no mínimo,

precisa ser confrontada com outros saberes, neste caso, o da Educação Física como prática pedagógica.

Neste estudo, constatamos que os sujeitos pesquisados estão em contato bastante intenso e cotidiano com uma *cultura esportiva*, não só porque costumam participar das aulas de Educação Física, que, segundo relato deles, costuma ser jogar futebol, e terem outras atividades esportivas ao longo da semana (geralmente futebol), mas principalmente pela relação deles em assistir programas ou transmissões esportivas e procurarem informações na internet voltadas ao esporte, além de, quando têm acesso a alguma mídia impressa, voltarem-se à seção esportiva.

Sendo assim, é imprescindível que a Educação Física, tendo como um de seus conteúdos o *esporte*, assuma sua responsabilidade com uma intervenção pedagógica que permita aos sujeitos um conhecimento mais amplo, e com isso mais crítico, fazendo uso daquilo que há muito tempo é propagado pela *mídia-educação*: uma educação que objetive contribuir na formação de indivíduos com menos encantamento acrítico em relação a toda espetacularização promovida pela mídia, que lhes permita desenvolver maior autonomia, com um olhar mais atento e amplo aos acontecimentos da dinâmica cultural e da cultura esportiva.

No acompanhamento feito com os sujeitos pesquisados, percebemos que os assuntos que eles vêem, seja na televisão ou na internet (os dois veículos que mais citam), não são muito tratados em conversas com a família e no que se refere aos Jogos Pan-americanos, por exemplo, em nada foi tratado na escola, e principalmente na Educação Física.

Em todos os grupos de discussão realizados se perguntava se o assunto dos Jogos Pan-americanos Rio-2007 havia sido tratado de forma geral na escola e de forma mais específica na Educação Física, e as respostas sempre eram negativas. Os próprios alunos participantes da pesquisa estranhavam, inclusive pelo fato de outros componentes curriculares escolares, como “Atualidades”, “História” e “Geografia” não abordavam a temática. Especificamente quanto à Educação Física, apenas mencionaram que às vezes conversavam com o professor da disciplina sobre os Jogos, mas em momentos que aguardavam para “jogar bola” (não se tratava de assunto “da aula”). Isso demonstra falha na mediação escolar.

Percebemos também que os jovens, apesar de já estarem bastante adaptados à mídia, considerando-se o uso que fazem dos mais variados veículos e do tempo diário que passam em contato com os mesmos, mostram-se ainda ingênuos em relação aos discursos midiáticos. Ao comentarem sobre aquilo que vêem/lêem/ouvem, apresentam uma visão heterogênea e ambígua, isto é, ao mesmo tempo em que se mostram críticos (reproduzindo em parte a própria crítica superficial presente nos discursos midiáticos aos quais têm acesso),

demonstram uma certa ingenuidade ao se colocarem como receptores, principalmente pelo “olhar de torcedores” que acabaram tendo ao acompanhar o discurso midiático-esportivo que pautou o agendamento para o Pan Rio-2007.

Tais considerações também foram encontradas em estudo de recepção realizado por Antunes (2007) e apontam cada vez mais a necessidade e importância de a Educação Física Escolar aproximar-se destas questões que envolvem esporte e mídia, pois, conforme Betti (1998, p. 151):

Contribuir para a formação de um espectador crítico, inteligente e sensível é mais uma tarefa que se impõe à Educação Física e a seus profissionais, o que lhes aumenta a responsabilidade como elementos dinâmicos da cultura.

Ainda para Betti (1998; 2003), a Educação Física deve ampliar sua finalidade pedagógica, não se restringindo ou se preocupando em desenvolver a aptidão física, algo tão enraizado na cultura escolar quando se trata deste componente curricular na escola, mas apropriar seus sujeitos de maneira crítica a respeito da *cultura corporal de movimento*.

Nesta mesma perspectiva, Pires (1998) acredita que a Educação Física, tendo seus conteúdos disseminados pela mediação tecnológica e em função do esporte-espetáculo, tem uma responsabilidade a mais na atualidade, devendo incluir como proposta aos sujeitos que estão sob sua responsabilidade pedagógica:

(...) dotar-lhes de saberes e esclarecimentos que os permitam efetuar escolhas ainda mais autônomas, livre de coerções auto-produzidas e também impostas pelos diferentes interesses que se aliam à mensagem mediática, especialmente a esportiva.

A Educação Física, a nosso ver, precisa passar a encarar-se de forma mais séria como prática pedagógica, pois, como participante dos projetos político-pedagógicos, realiza a sua forma de mediação institucional: a mediação escolar. Se souber vincular seus conteúdos àquilo que os jovens que estão sob sua responsabilidade pedagógica, já têm como constituintes de seus cotidianos, muito em função da relação deles com a mediação tecnológica, poderá facilitar o processo de ensino-aprendizagem e tornar este “tempo escolar” melhor aproveitado, mais enriquecedor e produtor de um conhecimento que extrapola o “jogar bola” ou a questão do desenvolvimento da “aptidão física”, historicamente enraizados na Educação Física Escolar brasileira.

Para isso, é necessária uma formação profissional (inicial e continuada) que considere a temática da *mídia-educação*, ou seja, que os currículos acadêmicos dos cursos de

licenciatura em Educação Física, e as pós-graduações deste campo de conhecimento, além de programas de formação continuada de professores, especialmente nas redes públicas, contemplem a discussão da relação entre esporte e mídia, deste modo, preparando os futuros profissionais para atuarem no espaço escolar, sabedores desta interface de conhecimento entre a *mídia* e a *educação*, sendo a Educação Física Escolar também um componente curricular capaz de contribuir com esta maneira “diferente” de ensinar e criar conhecimentos na época em que vivemos.

Como vimos por meio deste estudo, os Jogos Pan-americanos, um grandioso evento esportivo que foi realizado no Brasil em 2007, foi muito abordado pela mídia, e isto foi percebido pelos sujeitos, considerando-se o contexto em que estão inseridos. Contexto este caracterizado por estudantes de escola particular, considerados de classe média, com vários aparelhos televisores em casa, quase todos com televisão no quarto, com acesso a várias emissoras de tevê aberta e quase todos com tevê e internet a cabo, podendo usufruir do laboratório de informática da escola, entre outras características. Tal constatação indica que este conjunto de informações (a realização dos Jogos Pan-americanos mais o contexto destes estudantes) poderia ter sido um excelente momento para a Educação Física tê-lo utilizado como tema para discutir e acessar novos conhecimentos, fazendo sua mediação e permitindo que tais alunos tivessem uma postura diferenciada em relação ao discurso midiático-esportivo que agendou os Jogos Pan-americanos Rio-2007.

Por fim, cabe perguntarmo-nos se a Educação Física deixou passar em branco um momento singular que foi a realização desses Jogos em território brasileiro e de tudo que aconteceu em função dele. Os dados deste trabalho, no caso específico observado, pelo menos apontam que sim. Por isso, mais do que nunca é necessário que novas abordagens sejam incorporadas a este campo de conhecimento, e aqui estamos sugerindo, diante dos dados empíricos encontrados e da discussão que fizemos com a literatura, que a Educação Física passe a considerar seus alunos sujeitos-receptores (dos discursos advindos dos mais variados veículos midiáticos), sedentos de novas abordagens. Isso vai ao encontro das idéias de Orozco (1997, p. 65), o qual considera que a “escola e os professores têm, junto ao enorme desafio que lhes colocaram os MCM [meios de comunicação de massa], um grande potencial para desenvolver.” O processo é longo, mas necessário...

V – REFERÊNCIAS

ANTUNES, Scheila Espíndola. **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, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

ARAUJO, Wandra Cibelle. O efeito de agenda na televisão e a construção de sociabilidade. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: INTERCOM, 2005. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/handle/1904/17138>>. Acesso em: 20 set. 2006.

ATHAYDE, Phydia de. Ouro perdido. **Carta Capital**, ano XIII, n. 432, 21 fev. 2007, p. 8-15.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, s/d.

BELLONI, Maria Luiza. **O que é mídia-educação?** Campinas: Editora Autores Associados, 2001. (Coleção polêmicas do nosso tempo).

BETTI, Mauro. (org.). **Educação Física e mídia:** novos olhares, outras práticas. São Paulo: Hucitec, 2003.

BETTI, Mauro. Esporte, entretenimento e mídias: implicações para uma política de esporte e lazer. **Revista Impulso**. Piracicaba, v. 16, n. 39, p. 83-89, jan./abr. 2005.

_____. **Janela de vidro:** esporte, televisão e educação física. Campinas: Papyrus, 1998. (Coleção fazer/lazer).

BITTENCOURT, Fernando Gonçalves et al. Ritual olímpico e os mitos da modernidade: implicações midiáticas na dialética universal/global. **Pensar a prática**, Goiânia, v. 8, n. 1, p. 21-36, 2005.

BOGDAN, Robert; BIKLEN, Sari. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos**. Porto: Porto Editora, 1994.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 2004. (Coleção Primeiros Passos).

BORELLI, Viviane. A queda de um treinador: estratégias discursivas de agendamento e a demissão de Luxemburgo da Seleção Brasileira de futebol. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS 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.

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

CAMARGO, Vera Regina T. O movimento olímpico e os meios de comunicação de massa: a interdependência e a perpetuação do mito esportivo. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis, 21(1), p. 406-409, set. 1999.

CINTRA SOBRINHO, D. O importante é... Breves considerações sobre aspectos das relações entre mídia e esporte. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, 2004, Porto Alegre/RS. **Anais...** Porto Alegre: INTERCOM, 2004.

DALMONTE, Edson Fernando. Estudos culturais em comunicação: da tradição britânica à contribuição latino-americana. **Idade Mídia**, São Paulo, ano I, n. 2, p. 67-90, nov./2002. Disponível em: <www.infoamerica.org/documentos_pdf/dalmonte.pdf>. Acesso em: 14 set. 2006.

DEMO, Pedro. **Educar pela pesquisa**. 6ª. Ed. Campinas-SP: Autores Associados, 2003. (Coleção educação contemporânea).

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1970.

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

ESCHER, Thiago de Araújo; REIS, Heloísa Helena Baldy dos. Futebol e televisão: fechem os portões liguem as câmeras – o show vai começar! **Revista Conexões**. Campinas: v.3, n.1, p. 26-35, 2005.

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

FADUL, Anamaria. **Indústria cultural e comunicação de massa**. Disponível em: <www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c_ideias_17_053_a_059.pdf>. Acesso em: 12 set. 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.

FERNANDES, Adriana Hoffmann. As mediações na produção de sentidos das crianças sobre os desenhos animados. In: REUNIÃO ANUAL DA ANPED, 28, 2005, Caxambu/MG. **Anais...** Caxambu/MG: ANPED, 2005.

FERREIRA, Giovandro Marcus. 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://repositorio.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17295/1/R0868-1.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2006.

FERRÉS, Joan. **Televisão e educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO (FNDC). Cartilha nº 1. **Democratização da comunicação: como domar essa tal de mídia?** Brasília: FNDC, s.d.

FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO (FNDC). **Projeto Os donos da mídia**. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/arquivos/donosdamidia.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GOLDENBERG, Miriam. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 9ª. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

GOMES, Pedro Gilberto; COGO, Denise Maria (orgs). **O adolescente e a televisão**. Porto Alegre: Editora da Unisinos, 1998.

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

GUARESCHI, Pedrinho A.; BIZ, Osvaldo. **Mídia, educação e cidadania: tudo o que você deve saber sobre mídia**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2005.

GUEDES, Olga. Os estudos de recepção, etnografia e globalização. In: RUBIM, Antônio Albino C.; BENTZ, Ione Maria G.; PINTO, Milton José. **Produção e recepção dos sentidos midiáticos**. 2ª. Ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 1998, p. 107-118.

GURGEL, Anderson. O outro lado da medalha. **Update**, n. 440, 05 jul. 2007a. Disponível em: <http://www.revistaupdate.com.br/revista/revista2007-07-02a/materia2007-07-05e/pagina2007-07-05g/index_fechado>. Acesso em: 20 out. 2007.

_____. O Pan na mídia – apontamentos sobre os Jogos Rio 2007 na cobertura das revistas econômicas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30, 2007, Santos/SP. **Anais...** Santos: INTERCOM, 2007b. Disponível em: <www.adtevento.com.br/INTERCOM/2007/resumos/R1759-1.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2008.

HATTING, Fritz. Broadcasting sports events in television. In: SEMINÁRIO BRASILEIRO DE PEDAGOGIA DO ESPORTE, Santa Maria, UFSM, set. 1998. **Anais...** Santa Maria: 1998, p. 89-98. (mimeo, versão traduzida por Sergei Pires, p. 1-10).

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/brasil_em_sintese/default.htm>. Acesso em: 25 set. 2006.

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

JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

JACKS, Nilda; TUFTE, Thomas. Televisão, identidade e cotidiano (parte de um projeto integrado). In: RUBIM, Antônio Albino C.; BENTZ, Ione Maria G.; PINTO, Milton José. **Produção e recepção dos sentidos midiáticos**. 2ª. Ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 1998, p. 99-106.

JOGOS PAN-AMERICANOS RIO 2007. Disponível em: <<http://www.rio2007.org.br>>. Acesso em: 26 set. 2006.

KAZNAR, Istvan. O negócio do esporte no Brasil e no mundo. In: ALMEIDA, Candido José Mendes de; SOUSA, Madalena Mendes de Almeida; LEITÃO, Sérgio Sá. **Marketing esportivo ao vivo**. Rio de Janeiro: Imago, p. 47-61, 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.

KENSKI, Vani M. O impacto da mídia e das novas tecnologias de comunicação na educação física. **Revista Motriz**. Rio Claro/SP: v.1, n. 2, dezembro/1995, p. 129-134.

KFOURI, Juca. Pauta para depois dos Jogos Pan-Americanos. **Observatório da Imprensa**, ano 12, n. 443, 24 jul. 2007. Entrevista concedida a Lucas Ferraz. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=443IMQ004>>. Acesso em: 22 out. 2007.

LEITE, Pedro Dias. Lula indica que governo bancará o Mundial de 2014. **UOL Esporte**, 16 jun. 2007. Disponível em: <<http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas/2007/06/16/ult59u123387.jhtm>>. Acesso em: 20 jul. 2007.

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

LISBOA, Mariana Mendonça. **Televisão, representações sociais e cultura de movimento: tecendo reflexões de uma trama no contexto da infância**. 2004. Monografia (Especialização em Educação Física Escolar) - Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

MARCHI JÚNIOR, Wanderley. **“Sacando” o voleibol: do amadorismo à espetacularização da modalidade no Brasil (1970-2000)**. 2001. 267 f. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 2ª. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

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

MASCARENHAS, Gilmar. O legado dos grandes eventos esportivos: elementos para refletir sobre os jogos pan-americanos na cidade do Rio de Janeiro. In: MELO, V. A.; TAVARES, C. **O exercício reflexivo do movimento: Educação Física, lazer e inclusão social**. Rio de Janeiro: Shape, 2006, p. 332-346.

MAURÍCIO, Fernanda. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: INTERCOM, 2005. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/handle/1904/18312>>. Acesso em: 23 set. 2006.

MELO, José Marques de; DIAS, Paulo da Rocha (orgs). **Comunicação, cultura, mediações:** o percurso intelectual de Jesús Martín-Barbero. São Bernardo do Campo: Umesp, 1999.

MEZZARROBA, Cristiano. **Estratégias discursivas no agendamento do esporte na mídia:** o voleibol masculino do Brasil em Atenas 2004. 2004, 105f. Monografia (Graduação em Educação Física) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento:** pesquisa qualitativa em saúde. 9ª. Edição revista e aprimorada. São Paulo: Hucitec, 2006.

MORIN, Edgar. Os olímpicos. In: _____. **Cultura de massas no século XX.** 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997, p. 105-109.

NOZAKI, Hajime Takeuchi; PENNA, Adriana Machado. Jogos Pan-americanos Rio de Janeiro 2007: por trás das cortinas do grande espetáculo. **Lecturas Educación Física y Deportes**, Buenos Aires, ano 12, n. 110, jul. 2007. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd110/jogos-pan-americanos-rio-de-janeiro-2007.htm>>. Acesso: 22 out. 2007.

OLIVEIRA, Márcio Romeu Ribas de; PIRES, Giovani De Lorenzi. O esporte e suas manifestações midiáticas, novas formas de produção do conhecimento no espaço escolar. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26, 2003, Belo Horizonte/MG. **Anais...** Belo Horizonte: INTERCOM, 2003.

OROZCO, Guillermo Gómez. 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.

_____. Professores e meios de comunicação: desafios, estereótipos. **Comunicação e Educação**, n. 10, p. 57-68, set-dez., 1997.

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

PAULA, Silas de. Estudos culturais e receptor ativo. In: RUBIM, Antônio Albino C.; BENTZ, Ione Maria G.; PINTO, Milton José. **Produção e recepção dos sentidos midiáticos.** 2ª. Ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 1998, p. 131-141.

PERCEPÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. Pesquisa nacional promovida pelo Ministério da Ciência e Tecnologia, com a parceria da Academia Brasileira de Ciências. Disponível em: <<http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/50875.html>>. Acesso em: 20 out. 2007.

PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA NACIONAL. Rodada 90. CNT/SENSUS, outubro de 2007. Disponível em: <<http://www.cnt.org.br/arquivos/downloads/sensus/relat90.pdf>>. Acesso em: 05 nov. 2007.

PINTO, Marcelo de Campos. A mídia e o marketing esportivo. In: ALMEIDA, Candido José Mendes de; SOUSA, Madalena Mendes de Almeida; LEITÃO, Sérgio Sá. **Marketing esportivo ao vivo**. Rio de Janeiro: Imago, p. 177-187, 2000.

PIRES, Giovani De Lorenzi. **Os estudos de recepção midiática e o esporte-espetáculo: apontamentos para intervenção da Educação Física Escolar**. 1998. Mimeo. 5p.

_____. **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, 336 p. (Coleção Educação Física).

_____. Cultura esportiva e mídia abordagem crítico-emancipatória no ensino de graduação em educação física. In: BETTI, Mauro (org.). **Educação Física e mídia: novos olhares, outras práticas**. São Paulo: Hucitec, 2003.

PIRES, Giovani De Lorenzi et al. Retrato preliminar da produção em Educação Física/Mídia no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO E DOCUMENTAÇÃO ESPORTIVA, 1., Brasília/DF, abril 2006. **Anais...** Brasília: Ministério do Esporte, IASI, 2006a. Disponível em: <www.esporte.gov.br/conbide>. Acesso: 15 set. 2006.

PIRES, Giovani De Lorenzi Pires et al. Catarinenses olímpicos na mídia impressa regional: a dialética local-global na cobertura dos Jogos Olímpicos de 2004. In: CONGRESSO SUL-BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 3., Santa Maria/RS, setembro 2006. **Anais...** Santa Maria: CBCE, 2006b.

PORTO, Mauro. A pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia: propondo um enfoque integrado. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26, 2003, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: INTERCOM, 2003. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/handle/1904/4342>>. Acesso em: 19 ago 2006.

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. (Coleção Educação Física e esportes).

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.

RUÓTOLO, Antônio Carlos. Audiência e recepção: perspectivas. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Editora Metodista Digital, n. 30, p. 150-163, 2. sem. 1998. Disponível em: <http://editora.metodista.br/COM30/cap_07.pdf>. Acesso: 18 ago. 2006.

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

SANTOS JUNIOR, Nei Jorge dos. Espetacularização esportiva na TV: ações e desafios à educação física escolar. **Lecturas Educación Física y Deportes**, Buenos Aires, ano 12, n. 111, ago. 2007. Disponível em: < <http://www.efdeportes.com/efd111/espetacularizacao-esportiva-na-tv.htm>>. Acesso: 22 out. 2007.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo-RS: Editora Unisinos, 2001. (Série Comunicação).

TRIVIÑOS, Augusto. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais** – a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1995.

VIANA, Hélio. O negócio do esporte no Brasil e no mundo. In: ALMEIDA, Candido José Mendes de; SOUSA, Madalena Mendes de Almeida; LEITÃO, Sérgio Sá. **Marketing esportivo ao vivo**. Rio de Janeiro: Imago, p. 27-45, 2000.

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

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ALMEIDA, Candido José Mendes de; SOUSA, Madalena Mendes de Almeida; LEITÃO, Sérgio Sá (orgs). **Marketing esportivo ao vivo**. Rio de Janeiro: Imago Editora, 2000.

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Tradução de Maurício Santana Dias. 6ª. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CITELLI, Adilson. **Comunicação e educação: a linguagem em movimento**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão & educação: fruir e pensar a TV**. 2ª. Ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2003.

JACKS, Nilda. Televisão e identidade nos estudos de recepção. In: NETO, Antonio Fausto; BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell. **Brasil: comunicação, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim Editora, 1994, p. 211-225.

MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologia de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MEKSENAS, Paulo. **Pesquisa social e ação pedagógica: conceitos, métodos e práticas**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

NETO, Antonio Fausto. A sentença dos media: o discurso antecipatório do impeachment de Collor. In: NETO, Antonio Fausto; BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell. **Brasil: comunicação, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim Editora, 1994, p. 328-355.

RONDELLI, Elizabeth. Televisão: modos de ver, modos de dizer. In: NETO, Antonio Fausto; BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell. **Brasil: comunicação, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim Editora, 1994, p. 226-241.

TILBURG, João Luís van. Televisão e audiência. In: NETO, Antonio Fausto; BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell. **Brasil: comunicação, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim Editora, 1994, p. 242-259.

WEBER, Maria Helena. Delitos estéticos (a política na televisão). In: NETO, Antonio Fausto; BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell. **Brasil: comunicação, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim Editora, 1994, p. 80-99.

VI – APÊNDICES

Apêndice 1 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE DESPORTOS
Coordenadoria de Pós-Graduação em Educação Física
Campus Universitário - Trindade - Florianópolis/SC - CEP 88040-900
Fone: (048) 3721-9926 Fax (048) 3721-9792



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Meu nome é Cristiano Mezzaroba, sou aluno de Mestrado em Educação Física da Universidade Federal de Santa Catarina e desenvolvo a pesquisa “O agendamento esportivo e os Jogos Pan-americanos no Brasil em 2007: um estudo de recepção com escolares”, com o objetivo de identificar e refletir a respeito de como os jovens percebem, compreendem e analisam o que é e como é colocado o discurso da mídia televisiva a respeito destes Jogos (o chamado “agendamento esportivo”). Num primeiro momento será aplicado um questionário a toda turma, com o propósito de se verificar o nível de conhecimento em torno dos Jogos Pan-americanos e, na seqüência, constituir um pequeno grupo de discussão (grupo focal), a partir de amostra intencional. Com este pequeno grupo serão feitos encontros na própria escola, quinzenalmente, em torno de uma hora cada, a fim de se acompanhar como os jovens pesquisados estão recebendo e interpretando as informações sobre os Jogos e suas repercussões. Isto será feito através de recordatórios, em que os jovens anotarão tudo que lembrarem ou ouvirem falar sobre os Jogos Pan-americanos. Além disso, também será utilizado um diário de campo para registro das observações e demais questões que poderão ser colhidas no campo. Este estudo é necessário porque há relevância e necessidade em se estudar o que os jovens fazem com o discurso midiático esportivo, ou seja, a recepção, considerando-se que possuem a capacidade de (re)significarem tais produções. Importante salientar que tal pesquisa não traz riscos e desconfortos aos participantes, ao contrário, esperamos que traga benefícios qualitativos e esclarecedores quanto à reflexão sobre esporte e mídia (e também como isso repercute na Educação Física escolar) aproveitando este momento em que o Brasil sediará um grande evento esportivo.

Se você tiver alguma dúvida em relação ao estudo ou não quiser mais fazer parte do mesmo, pode entrar em contato pelo telefone: (48) 3234-1678.

Se você estiver de acordo em participar, posso garantir que as informações fornecidas somente serão utilizadas neste trabalho, com o máximo sigilo.

Assinaturas:

Pesquisador principal: _____

Pesquisador responsável: _____

Eu, fui esclarecido(a) sobre a pesquisa “O agendamento esportivo e os Jogos Pan-americanos no Brasil em 2007: um estudo de recepção com escolares” e concordo que os dados do(a) meu(minha) filho(a) ou tutelado(a) sejam utilizados na realização da mesma.

Florianópolis, 05 de abril de 2007.

Assinatura: _____

RG: _____

Apêndice 2 – Questionário inicial

Escola: _____ Série: _____
Nome: _____ Idade: _____

1) Você sabe qual evento esportivo irá acontecer este ano aqui no Brasil?

- Sim Qual? _____
 Não

2) Se você respondeu que “sim” na resposta anterior, saberia dizer alguma coisa a respeito do evento?

3) Onde você se informa sobre esse evento?

- Televisão
 Internet
 Jornais
 Revistas
 Conversas com a família
 Conversas com amigos
 Na escola em geral
 Outros – quais? _____



Apêndice 3 – Questionário-recordatário
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE DESPORTOS
Coordenadoria de Pós-Graduação em Educação Física
Campus Universitário - Trindade - Florianópolis/SC - CEP 88040-900
Fone: (048) 3721-9926 Fax (048) 3721-9792



Pesquisa

*O agendamento esportivo e os Jogos Pan-americanos no Brasil em 2007:
um estudo de recepção com escolares*
Mestrando Cristiano Mezzaroba

Aluno/a: _____

QUESTIONÁRIO-RECORDATÁRIO

SEGUNDA-FEIRA Dia: ____/____/2007	
Onde viu/se informou	O que foi visto/assunto
TERÇA-FEIRA Dia: ____/____/2007	
Onde viu/se informou	O que foi visto/assunto

QUARTA-FEIRA Dia: ____/____/2007	
Onde viu/se informou	O que foi visto/assunto
QUINTA-FEIRA Dia: ____/____/2007	
Onde viu/se informou	O que foi visto/assunto
SEXTA-FEIRA Dia: ____/____/2007	
Onde viu/se informou	O que foi visto/assunto

Apêndice 4 – Questionário para caracterização dos sujeitos e mediações

Escola: _____ Série: _____
Nome: _____ Idade: _____

1) Você possui aparelho televisor em casa?

Sim Não

2) Se a resposta anterior foi “sim”, quantos aparelhos?

1 2 3 4 ou mais

3) Você assiste a programação da televisão aberta (canais não-pagos)?

Sim Não

4) Se a resposta anterior foi “sim”, quais canais da tevê aberta costuma assistir?

5) Você tem acesso à televisão paga (fechada)?

Sim Não

6) Se a resposta anterior foi “sim”, quais canais da tevê fechada costuma assistir?

7) Em seu quarto, há televisor(es)?

Sim Não

8) Quanto tempo por dia você acredita que assiste à programação televisiva?

- menos de 1 hora/dia
- em torno de 1 hora/dia
- entre 1 a 2 horas/dia
- de 2 a 3 horas/dia
- mais de 3 horas/dia

9) Assinale os programas que você costuma assistir:

- noticiário/jornal
- novelas
- programas esportivos/transmissões esportivas
- documentários
- séries
- programas de auditório
- filmes
- desenhos/programas infantis
- programas de fofoca/variedades
- outros – quais? _____

10) Enquanto assiste tevê, você dá atenção à publicidade/propaganda que é veiculada nos intervalos da programação?

Sim Não

11) Como você costuma assistir televisão?

- Sozinho Acompanhado

Se a resposta foi “acompanhado”, com quem? (pode marcar mais de uma opção)

- irmão/irmã
 pais
 amigos/amigas
 parentes
 outros

12) Você possui computador em casa?

- Sim Não

Se a resposta foi “sim”, é de seu uso apenas?

- Sim Não

Se a resposta foi “não”, você costuma utilizar computador em algum lugar?

- Sim Não

Qual(ais)?

13) Você tem acesso à internet em casa?

- Sim Não

Que tipo de acesso?

- Discado
 A cabo
 Rádio

14) E fora de casa, você tem acesso à internet?

- Sim Não

Se a resposta foi “sim”, onde costuma ter acesso à internet?

- na escola
 numa *lan house*
 casa de amigos/parentes
 outros locais – quais? _____

15) Quando tempo por dia, aproximadamente, você navega pela internet?

- menos de 1 hora/dia
 em torno de 1 hora/dia
 entre 1 a 2 horas/dia
 de 2 a 3 horas/dia
 mais de 3 horas/dia

16) Assinale com um ‘x’ o que você possui com relação à internet:

- e-mail
 orkut
 messenger
 skype
 blog

17) Que tipo de *site*/conteúdo você costuma acessar quando está na internet (seja por diversão/entretenimento, estudos/pesquisa ou qualquer outro fim)?

18) Destes *sites*/conteúdos que você encontra na rede e que você se informa, costuma conversar ou comentar com alguém o que você encontrou?

Sim Não

Se a resposta foi “sim”, com quem? (pode marcar mais de uma opção)

- irmão/irmã
 pais
 amigos/amigas
 parentes
 professores
 outros

19) Seu pai/mãe possui assinatura de alguma revista?

Sim Não

Saberia dizer qual(is) revista(s)? _____

Você costuma ler tal(is) revista(s)?

Sim Não

Se a resposta anterior foi “sim”, qual(is) seção(ões) te interessam costumeiramente?

20) Seu pai/mãe possui assinatura de algum jornal impresso?

Sim Não

Saberia dizer qual(is) jornal(is)? _____

Você costuma ler tal(is) jornal(is)?

Sim Não

Se a resposta anterior foi “sim”, qual(is) seção(ões) te interessam costumeiramente?

21) E na escola que você estuda, os professores costumam utilizar a televisão como um recurso durante as aulas?

Sim Não

Se a resposta anterior foi “sim”, com que frequência utilizam:

- nunca
 às vezes
 geralmente
 sempre

Quando apresentam algum material, o que costuma ser apresentado? _____

22) Nas aulas de Educação Física, utilizam-se também recursos como a televisão/vídeo?

Sim Não

Se a resposta anterior foi “sim”, com que frequência utilizam:

nunca

às vezes

geralmente

sempre

O que costuma ser apresentado? _____

Se a resposta foi “não”, você acha que poderiam ser utilizados tais recursos (televisão/vídeo) também nas aulas de Educação Física?

Sim Não

Saberia dizer de que maneira? _____

23) Na sua escola tem laboratório de informática?

Sim Não

Se a resposta anterior foi “sim”, com que frequência utiliza:

nunca

às vezes

geralmente

sempre

24) O laboratório de informática da escola é utilizado como recurso para outras disciplinas, como a Educação Física?

Sim Não

Se a resposta anterior foi “sim”, saberia dizer de que maneira já foi utilizado?

Se a resposta foi “não” (que o laboratório de informática não é utilizado como recurso numa aula de Educação Física) você pensa que poderia ser utilizado para esta finalidade também?

Sim Não

Saberia dizer de que maneira?

VII – ANEXOS

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)