

brinda com essa obra primorosa.

A partir de um conjunto de estudos que desvendam as estratégias que a mídia sergipana se utilizou na cobertura das Olimpíadas e Paraolimpíadas de 2012 em Londres/Inglaterra, somos levados com maestria aos meandros da produção simbólica e material que perpassa as práticas discursivas da imprensa esportiva, bem como seu impacto na recepção dessas mensagens por atores ligados à educação esportiva, tais como professores de Educação Física que atuam em ambientes escolares.

Esta é uma obra que demonstra a maturidade e o brilhantismo de um grupo de acadêmicos que cresce a cada dia nos estudos da mídia esportiva no Nordeste do país, trilhando um caminho original e de muita qualidade na pesquisa em Mídia, Esporte e Educação Física. Precisamente por isso, este é um livro para todos àqueles interessados em uma leitura crítica da mídia esportiva, sejam professores, pesquisadores ou estudantes de Educação Física, Comunicação Social, Jornalismo entre outros. Boa leitura!

Diego S. Mendes (Prof. DCEFS/UFSJ)



Sendo produto de trabalho coletivo comprometido no âmbito acadêmico, esperamos que os dados e as reflexões aqui presentes suscitem cada vez mais voltarmos nossas atenções ao contexto midiático e suas simbióticas relações com o campo esportivo, na tentativa de tornar esta discussão cada vez mais presente na formação em Educação Física e, com isso, provocar implicações nas práticas investigativas e de intervenção, via mediações pedagógicas.



ISBN 978-85-7822-449-3



As Olimpíadas e as Paraolimpíadas de 2012 na mídia sergipana
investigando estratégias de agendamento e a mobilização da dialética global-local

Editora UFS

As Olimpíadas e as Paraolimpíadas de 2012 na mídia sergipana

investigando estratégias de agendamento e a mobilização da dialética global-local

Organizadores
Cristiano Mezzaroba
Sérgio Dorenski
Fabio Zoboli
André Marsiglia Quaranta



As Olimpíadas e as Paraolimpíadas de 2012 na mídia sergipana

A primeira década dos anos 2000 cravou no cerne do tecido social brasileiro a marca de que viveríamos, a partir de então, em um país sede de megaeventos esportivos, a começar pelos Jogos Pan-americanos de 2007, na cidade do Rio de Janeiro, chegando às conquistas de sediar a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as Olimpíadas de 2016.

Desde então "circula no ar", por meio da mídia, desde informações triviais até as "sensações" publicitárias dessa conquista, com as mais diversas estratégias em todos os seus segmentos, em busca da melhor maneira de explorar essa dádiva, promessa certa de atração de todos os olhares e de rentabilidade incomensurável.

Mas como compreender melhor o fenômeno da apropriação midiática em relação aos megaeventos esportivos? E por meio de quais mecanismos a mídia pauta os megaeventos esportivos no cotidiano do cidadão brasileiro?

Motivado por questões como essas - mas, na direção contrária da onda que convida a todos se entregarem aos deleites da mídia de maneira acrítica - que o grupo de estudos LaboMídia - Laboratório e Observatório da Mídia Esportiva/Núcleo UFS nos