

**O “GRUPO DE SANTA MARIA” DE PESQUISA EM
EDUCAÇÃO FÍSICA E MÍDIA: uma análise da sua produção**

Giovani De Lorenzi Pires

Coord. LaboMídia/CDS/UFSC

Cristiano Mezzaroba¹, Diego Mendes, Karla C. Mathoso,

Mariana M. Lisbôa, Scheila E. Antunes

Alunos de mestrado do PPG-EF/UFSC²

RESUMO: *este texto relata parte de uma investigação coletiva, adotada como estratégia didática em Seminário do Programa de Pós-Graduação em Educação Física/UFSC. O objetivo geral do trabalho foi efetuar um levantamento em fontes bibliográficas para identificar, entre outros aspectos, tendências e lacunas teórico-metodológicos da produção em Educação Física e Mídia. Este recorte trata especificamente da produção do chamado “Grupo de Santa Maria”, veiculada em periódicos e anais de eventos científicos.*
Palavras-chave: *Educação Física – Mídia – Pesquisa*

I. INTRODUÇÃO

A crescente onipresença dos meios de comunicação de massa associados às novas tecnologias de informação em todos os campos da dinâmica social tem resultado, entre outras conseqüências, no aumento ainda que menos intenso de pesquisas de várias áreas do conhecimento, visando compreender a multifatorialidade e a complexidade deste fenômeno. Na interface entre as práticas culturais de movimento e a comunicação mediada, se estabelecem os estudos de Educação Física e Mídia, cuja produção vemos consolidar-se nos últimos anos, tanto quantitativa quanto qualitativamente.

Assim, o desafio proposto no *Seminário Avançado de Pesquisa em Educação Física e Mídia* do Programa de Pós-Graduação em Educação Física do Centro de Desportos/UFSC, realizado no semestre 2005/1, foi de efetuar um amplo levantamento do que tem sido produzido e veiculado sobre a temática da Educação Física e Mídia no Brasil, para averiguar quem são os seus autores, instituições, tipos de estudo realizados, principais bases conceituais e metodológicas utilizadas, buscando aprofundar temas e identificar recorrências, tendências e lacunas.

Justifica-se o estudo porque uma sistematização desta produção emergente pode servir de base para os pesquisadores que chegam a este campo. Também porque o LaboMídia/Observatório³ constitui hoje um espaço acadêmico privilegiado para o desenvolvimento de estudos de fundamentação para a intervenção em Educação Física e

¹ Bolsista CAPES.

² Os autores integram o Grupo de Pesquisa Observatório da Mídia Esportiva, ligado ao NEPEF/UFSC.

³ Laboratório de Mídia do Centro de Desportos/UFSC e Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva, ligado ao NEPEF/CDS/UFSC-CNPq

Mídia, podendo tornar-se mais uma referência a estes novos pesquisadores interessados na temática.

A adoção da pesquisa como princípio científico e educativo (DEMO, 1994) possibilitou a experiência de uma investigação coletivamente planejada e implementada no Seminário, proporcionando também a organização de um amplo banco de dados sobre o tema (disponível em www.nepef.ufsc.br/labomidia). Estratégias didático-pedagógicas do Seminário privilegiaram, ainda, aulas expositivas e discussões temáticas a partir do material colhido para análise.

O Seminário foi desenvolvido por três professores de diferentes instituições (Giovani Pires - CDS/UFSC; Mauro Betti - UNESP/Bauru; Fernando Bitencourt - CEFETSC/SJ), além da participação especial de docentes convidados, da UFSC e de outra universidade⁴. Quatorze alunos regulares e especiais de mestrado da PPG/EF/UFSC participaram do Seminário.

A delimitação das fontes a serem consultadas, conforme critérios de inclusão como temporalidade das produções, representatividade e acessibilidade, entre outros, apontou para serem investigados os anais dos eventos de sociedades científicas nacionais que têm grupo temático sobre o assunto (CONBRACE⁵ e Congresso da INTERCOM⁶), além de periódicos das duas áreas.

Para a realização da primeira etapa do trabalho (consulta às fontes e fichamento das produções), a turma organizou-se em duplas, em que foram encontrados 201 textos. A seguir, para análise dos dados recolhidos, formaram-se três subgrupos, cada um sob a orientação de um dos professores do Seminário. Para as duas etapas foram elaborados protocolos comuns para registro e análise dos trabalhos, visando a construção de um relatório conjunto que atendesse aos objetivos do Seminário.

O presente texto relata o trabalho do subgrupo que analisou a produção relacionada ao chamado “Grupo de Santa Maria”, incluindo a veiculada pelo Centro de Educação Física e Desportos da UFSM (nas revistas Kinesis e do LCMMEF) e pela INTERCOM (revista e anais do Congresso). A opção por este recorte decorre do fato de que é na UFSM que nasce o grupo pioneiro de estudos da Mídia na Educação Física, responsável também pela criação do Núcleo de Pesquisa (NP) em Comunicação e Esporte da INTERCOM.

Os textos aqui analisados foram publicados nas seguintes fontes:

- Revista da INTERCOM, de 1997 a 2004, num total de 15 exemplares;
- Anais do Congresso da INTERCOM (NP Comunicação e Esporte): 02 exemplares, de 2003 e 2004⁷;
- Revista Kinesis, números 1 a 18, mais 26 e 27, num total de 20 exemplares, de 1990 a 2002;
- Caderno Didático, depois Revista do Laboratório de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física, com 7 exemplares publicados de 1993 a 2001.

⁴ Como convidadas, participaram as professoras Marli Hatje (LCMMEF/CEFD/UFSM), Carmen Rial (NAVI/CFH/UFSC) e Gilka Girardello (CED/UFSC).

⁵ Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, promovido pelo Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (CBCE).

⁶ Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM).

⁷ O LCMMEF/UFSM fez, na mesma época, estudo semelhante sobre sua produção veiculada nos anais do Congresso da INTERCOM desde 1996. Por isso, consideramos desnecessário duplicarmos o estudo.

Foram selecionados 72 (setenta e dois) textos, sendo 42 (quarenta e dois) veiculados nas revistas referidas e 30 (trinta) publicados nos anais do Congresso da INTERCOM.

II. O “GRUPO DE SANTA MARIA”: LCMMEF/CEFD/UFSM, NP/INTERCOM

Pela sua importância para a área dos estudos em Educação Física e Mídia importa destacar alguns aspectos da trajetória acadêmica do “Grupo de Santa Maria”.

Os primeiros trabalhos relativos à temática foram desenvolvidos a partir da implantação, em 1991, de uma subárea de pesquisa do Programa de Pós Graduação em Ciência do Movimento Humano do Centro de Educação Física e Desportos da Universidade Federal de Santa Maria/RS, denominada Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física, sob a responsabilidade do professor Sérgio Carvalho (CARVALHO, HATJE, 1996).

Na mesma época, foi criado o Laboratório de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física (LCMMEF), contando com um aparato técnico restrito e um grupo de pesquisadores oriundo do próprio CEFD/UFSM e dos cursos de jornalismo e publicidade da UFSM, além de professores visitantes e colaboradores. O LCMMEF também criou a Revista Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física (inicialmente, como Caderno Didático), destinada à veiculação, em especial, da produção científica do próprio Laboratório, também socializada na revista Kinesis (CEFD/UFSM) e na Revista da INTERCOM.

Em 1996, o Laboratório de CMMEF/CEFD/UFSM propôs a criação do *Núcleo de Pesquisa Comunicação e Esporte* na INTERCOM, implantado naquele mesmo ano, durante o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Londrina/PR), sob a coordenação do professor Sérgio Carvalho.

Em nova fase, sob a atual coordenação da professora Marli Hatje, o Laboratório de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física/CEFD/UFSM vem buscando reorientar seu foco de atuação na Educação Física, nela inserindo o processo comunicacional e midiático como fenômeno social e instrumento de intervenção social (HATJE, 2005).

III. DESCRIÇÃO E INTERPRETAÇÃO DAS FONTES CONSULTADAS

Os tópicos que compuseram o modelo geral de classificação dos textos envolvem diferentes informações que, no presente texto, são agrupadas e discutidas em quatro blocos, a saber: a) informes sobre autores, tipo e ano de publicação, e estágio do trabalho; b) relação entre tema da Educação Física abordado e veículo midiático envolvido; c) principais bases teórico-conceituais referidas; d) perfil dos desenhos metodológicos dos estudos.

Os dados iniciais apontam, então, para um total de 72 textos analisados, com 73 autores em 42 exemplares de revistas e 2 anais de evento científico, cobrindo um período de 15 anos (de 1990 a 2004). Do total, 13 textos são projetos de pesquisa e 59 são trabalhos concluídos.

A seguir, apresentamos quadro-síntese do material consultado (Quadro 1), cujas categorias de análise são descritas depois nos tópicos específicos:

Quadro 1: distribuição dos textos conforme tópicos e categorias de análise

| TEMA DA EDUCAÇÃO FÍSICA | | | VEICULO DE MÍDIA | | | BASE TEÓRICO CONCEITUAL | | | DESENHO METODOLÓGICO | | |
|-------------------------|-----------|------------|------------------|-----------|------------|----------------------------------|------------|------------|--------------------------|-----------|------------|
| Tema | N | % | Veíc. | N | % | Categoria | n | % | Categoria | N | % |
| Esporte | 59 | 76,62 | Jornal | 24 | 30,77 | Técnica Midiática | 34 | 23,28 | Anal. Produção Midiática | 24 | 33,33 |
| Ed. Física | 05 | 6,49 | Mídia | 23 | 29,48 | Relação EF/Mídia | 31 | 21,23 | Ensaio | 15 | 20,83 |
| Corpo | 04 | 5,19 | TV | 16 | 20,51 | Cultura | 29 | 19,86 | Estudo Descritivo | 08 | 11,11 |
| Lazer | 03 | 3,89 | Rádio | 05 | 6,41 | Espetacularização | 20 | 13,69 | Pesquisa Bibliográfica | 05 | 6,94 |
| Marketing | 02 | 2,59 | Livro | 03 | 3,85 | Abordagem Economicista | 18 | 12,32 | Pesquisa Histórica | 05 | 6,94 |
| Cult. Mov. | 02 | 2,59 | Revista | 03 | 3,85 | Percepção/Estética/ Subjetivação | 10 | 6,84 | Pesquisa Participante | 02 | 2,72 |
| AF/ginástica | 01 | 1,29 | TIC's | 02 | 2,56 | Sem classificação | 04 | 2,73 | Outros | 13 | 18,55 |
| Imagem profissional | 01 | 1,29 | Cinema | 02 | 2,56 | -o- | -o- | -o- | -o- | -o- | -o- |
| Total (*) | 77 | 100 | Total | 78 | 100 | Total | 146 | 100 | Total | 72 | 100 |

(*) Alguns textos apresentavam mais de um *tema da Educação Física* e/ou mais de um *veículo de mídia*. Por isso, esses somatórios ultrapassam o número de textos analisados, que foi de 72. O mesmo ocorre em relação às *categorias* componentes da *base teórico-conceitual* dos textos.

3.1. Autores, período, tipo de publicação e estágios dos trabalhos

Neste primeiro bloco, destacamos inicialmente os autores e coautores dos textos. Um primeiro olhar para estes dados constata o que parece ser uma relação equilibrada, com 73 nomes referidos de autores para um total de 72 textos identificados. Todavia, uma análise mais detalhada permite observar que há uma grande concentração nos nomes dos dois coordenadores do “Grupo de Santa Maria”, respectivamente os professores Sérgio Carvalho (16 autorias e coautorias ou 22,22% dos textos) e Marli Hatje (11 autorias e coautorias ou 15,02% dos textos).

Isso parece confirmar a importância da figura dos líderes de grupos de pesquisa, responsáveis diretos pela abertura do campo para a veiculação de produções de áreas emergentes do conhecimento. Por outro lado, essa situação pode incorrer em certa dose de endogenia, já que os referidos autores são/foram coordenadores do LCMMEF/CEFD/UFSM e do NP/INTERCOM, bem como editores responsáveis por boa parte dos periódicos e anais editados, o que no mínimo limita uma plena autonomia no processo de arbitragem dos textos submetidos e relativiza o padrão de qualidade das fontes, pela presença limitada de outras abordagens teórico-metodológicas.

Outro aspecto que podemos destacar é quanto ao período compreendido entre o primeiro e os últimos textos identificados, que perfaz um total de 15 anos (1990-2004). Este dado ratifica o pioneirismo e a importância deste grupo de pesquisadores no âmbito da Educação Física brasileira, que mantém uma produção regular e de amplo espectro temático, abordando desde questões pedagógicas da Educação Física e Mídia até estudos sobre publicidade e marketing no esporte, o que parece ter sido facilitado pelo

acolhimento, no grupo, de pesquisadores oriundos das diversas áreas do conhecimento, especialmente da Comunicação Social e do Jornalismo.

Vale ainda ressaltar que todos os 42 textos veiculados nos periódicos consultados são estudos já concluídos, enquanto que, nos dois anais observados, há uma distribuição mais equilibrada dos 30 artigos, com 13 publicações em fase classificada como projeto e/ou estudo em andamento e 17 textos considerados trabalhos concluídos. Dados que são coerentes com as características específicas dos dois tipos de veículo: os periódicos, mais rigorosos, destinam-se à publicação de pesquisas com resultados já consolidados; já os eventos são mais próprios para a apresentação e discussão preliminar de projetos ou estudos em andamento, submetendo-os à crítica dos pares, visando ao seu aperfeiçoamento.

3.2. Temas da Educação Física e Veículos Midiáticos

Uma das questões relevantes deste levantamento consistiu na detecção dos principais temas da Educação Física encontrados na produção científica, bem como a identificação dos veículos midiáticos considerados nestas produções, o que possibilita identificar tendências e limites quanto a estes elementos nas fontes consultadas.

Os temas referentes à Educação Física foram classificados em: a) *Esporte*; b) *Corpo*; c) *Dança*⁸, d) *Lazer/lúdico*; e) *Educação Física*; f) *Cultura de Movimento*; g) *Ginástica/Atividade Física*; h) *Marketing*. Os veículos midiáticos foram assim denominados: a) *Mídia* (considerando os meios de comunicação de modo geral); b) *Jornal*; c) *Televisão*; d) *Rádio*; e) *Cinema*; f) *Revista*; g) *Livro*; h) *TIC's* (tecnologias de informação e comunicação). O Quadro 2 fornece uma visão geral desses temas:

Quadro 2: distribuição dos temas de Educação Física e veículos de mídia referidos

| Tema da Educação Física | Freq. Abs. | Freq. Rel. (%) | Veículo de Mídia | Freq. Abs. | Freq. Rel. (%) |
|--------------------------------|-------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------|-----------------------|
| Esporte | 59 | 76,62 | TV | 16 | 20,51 |
| Lazer | 03 | 3,89 | Mídia | 23 | 29,48 |
| Educação Física | 05 | 6,49 | Jornal | 24 | 30,76 |
| Cultura de Movimento | 02 | 2,59 | Rádio | 05 | 6,41 |
| Marketing | 02 | 2,59 | Cinema | 03 | 3,84 |
| Corpo | 04 | 5,19 | Revista | 02 | 2,56 |
| AF/Ginástica | 01 | 1,29 | Livro | 03 | 3,84 |
| Imagem Profissional | 01 | 1,29 | TIC's | 02 | 2,56 |
| Total | 77 | 100 | Total | 78 | 100 |

A análise dos dados permite identificarmos que o tema da Educação Física mais referido nas produções tanto da UFSM quanto da INTERCOM foi, de forma amplamente majoritária, o *Esporte*, presente em mais de $\frac{3}{4}$ dos trabalhos (76,62%). A abordagem dos demais temas mostrou-se ainda bastante insipiente neste campo de pesquisa. Essa realidade, que mostra a condição hegemônica da manifestação cultural do esporte como

⁸ Como não houve nenhuma referência a *Dança*, optamos por substituí-la por um tema específico para este trabalho, referente à *imagem social do profissional de Educação Física representada na mídia*, tema de um trabalho.

tema de estudo da área, de certa maneira é representativa da importância e visibilidade crescentes do esporte nos diversos âmbitos da sociedade contemporânea mundial.

Os números a respeito do *status* do fenômeno esportivo na sociedade (e na Educação Física) expressam também a extensão deste predomínio ao conteúdo da produção/veiculação midiática. O espaço ocupado pelo esporte na mídia deve-se, principalmente, ao potencial econômico que sua espetacularização mediatizada proporciona a todos os envolvidos no chamado “negócio do esporte”. Como afirmam diversos autores (citados por PIRES, 2002; ver também PRONI, 2000), o esporte é uma mercadoria perfeita para a televisão, por satisfazer a grande massa de telespectadores, que cada vez mais consomem espetáculos esportivos, ao mesmo tempo que atrai o mercado publicitário, por sua vez, interessado nas grandes audiências garantidas pelo esporte telespetáculo⁹.

Outro fator que pode explicar a preferência pelo esporte é que muitos dos textos analisados foram produzidos por jornalistas. Estes profissionais teriam assim maior interesse pelo esporte por sua visibilidade nos meios, sobretudo porque atribuiriam um caráter polissêmico ao seu conceito (cf. BETTI, 1998), denominando como esporte diferentes manifestações da cultura de movimentos veiculadas na mídia.

Quanto aos veículos midiáticos abordados nos estudos verificamos que os mais contemplados foram o *Jornal* e a *Mídia*, seguidos de perto pela *Televisão*, que juntos perfazem mais de 80% dos veículos referidos.

Tal situação encontra razões específicas para cada um desses três veículos. A concentração em *Mídia* reflete o reconhecimento dos meios de comunicação como um sistema integrado, unido pelo discurso midiático que é abrangente e tendencialmente homogêneo. A *Televisão* é um veículo que adquire cada vez mais importância nos estudos sobre mídia, por ser o mais presente na vida cotidiana da população em geral, pela facilidade de acesso e pela eficácia do alcance de sua mensagem nos diversos segmentos sociais. Já o *Jornal*, além da atual característica de destinar-se, de forma mais direta, aos formadores de opinião da sociedade, é também um veículo didaticamente recomendado como fonte documental para pesquisa, pela existência de estratégias metodológicas bastante reconhecidas e de fácil utilização para análise dos textos escritos e pela facilidade de manuseio do material impresso a ser analisado.

3.3. Principais Bases Teórico-Conceituais

Para proceder a análise da base teórico-conceitual dos trabalhos, identificamos os principais conceitos utilizados nos textos e nas referências bibliográficas. Essa primeira sistematização apontou um total de 146 conceitos teóricos (média de 2,14 conceitos por texto), a partir dos quais criamos uma “categorização” classificatória (sem o rigor metodológico na definição de categorias em análises científicas, daí o uso da expressão entre aspas), que foi a seguinte:

- 1) *Espetacularização*: conceitos/termos que se referem ao processo de espetacularização midiática dos conteúdos da Educação Física, especialmente o espetáculo esportivo. Ex: ídolo, herói, sociedade do espetáculo, esporte espetáculo, etc.

⁹ Expressão usada por Betti (1998) para designar o atual estágio do esporte na mídia, cuja espetacularização se dá cada vez mais em função da televisão.

- 2) *Cultura*: conceitos/termos que destacam os aspectos socioculturais nas relações entre temas da Educação Física e o discurso midiático. Ex: agir comunicativo, indústria cultural, cultura juvenil, semicultura, etc.
- 3) *Técnica Midiática*: conceitos/termos que privilegiam o estudo dos recursos e procedimentos técnicos utilizados pela mídia ou comunicação, aplicadamente à Educação Física. Ex: agendamento, discurso midiático, falação, etc.
- 4) *Relação Mídia–Educação Física*: conceitos/termos que evidenciam a preocupação em identificar e/ou estabelecer relações entre a área da Educação Física e a Mídia. Ex: história do futebol, saber esportivo, comunicação e esporte, mídia e Educação Física, etc.
- 5) *Abordagem Economicista*: conceitos/termos que apontam a relação econômica e mercadológica subjacente ao discurso midiático sobre temas da Educação Física, especialmente o esporte. Ex: mercado de consumo, fetichização do esporte, marketing esportivo, produção, etc.
- 6) *Estética, Percepção e Subjetivação*: categoria ampla, envolvendo conceitos/termos que ressaltam mudanças nas formas e fatores de subjetivação, percepção e relações estéticas com temas da Educação Física, como consequência da cultura midiática. Ex: estética da existência, corpo uno, corpo vivido, afeto/emoção, etc.
- 7) *Sem classificação*: trabalhos em que não foi possível identificar com segurança os conceitos desenvolvidos.

Logicamente, a classificação proposta não deve ser entendida de forma estanque e estável – embora tenha, cada “categoria”, suas especificidades – porque elas se inter-relacionam, provavelmente em vista da complexidade das relações entre Educação Física e Mídia. A distribuição dos conceitos pode ser vista no Quadro 3:

Quadro 3: Distribuição dos conceitos identificados nas “categorias” construídas

| “Categorias” | Conceitos | |
|------------------------------------|------------|----------------|
| | Freq. Abs. | Freq. Rel. (%) |
| Técnica Midiática | 34 | 23,28 |
| Relação Mídia – Educação Física | 31 | 21,23 |
| Cultura | 29 | 19,86 |
| Espetacularização | 20 | 13,69 |
| Abordagem Economicista | 18 | 12,32 |
| Estética, Percepção e Subjetivação | 10 | 6,84 |
| Sem classificação | 04 | 2,73 |
| Total | 146 | 100 |

Pelos dados do Quadro 3, podemos perceber certo equilíbrio entre os *fatores técnicos da mídia* (23,28%), as *questões culturais* (19,86%) e as tentativas de *relacionar Mídia-Educação Física* (21,23%). Em seguida, vêm, respectivamente, a *Espetacularização* (13,69%) e *Abordagem Economicista* (12,32%) que, como já afirmamos anteriormente, possuem estreita ligação (somadas, alcançariam 26,01% e seria a “categoria” hegemônica), e apontam para o imbricamento entre os diversos processos de apropriação social e mercadorização do fenômeno esportivo, tendo grande relação com a mídia (cf. PIRES, 1998), além de reforçar, mais uma vez, a predominância da temática do esporte nos trabalhos analisados.

Numa categoria bastante difusa, encontramos os conceitos relacionados à *percepção, subjetivação e estética* (6,84%) que, na maioria dos textos, estavam referidos a temáticas da Educação Física como corpo e lazer. A causa desta pouca evidência da “categoria” pode estar relacionada com o tipo de abordagens metodológicas predominantes que, como se verá a seguir, não privilegiam os estudos centrados no receptor.

Analisando o uso das bases teórico-conceituais dos textos, podemos notar um trato pouco rigoroso com temas relacionados à Educação Física. Além de certa generalização, em alguns casos, percebe-se excessiva simplificação na utilização de alguns conceitos, como um senso-comum pouco afeito à reflexão/discussão. É possível que isso se dê pelo fato de que, como já dissemos, parte significativa dos trabalhos analisados foi escrito por jornalistas, o que explicaria essa compreensível fragilidade teórica no trato com conceitos da área da Educação Física.

Essa constatação nos faz supor que talvez exista um imaginário social que, de certa forma, autoriza a todos analisar indiscriminadamente o esporte, uma vez que, na nossa cultura, esse tende a ser um conhecimento culturalmente compartilhado, na escola, na rua, na família e principalmente na mídia.

Não se quer com isso defender uma “reserva de mercado” do tratamento do esporte aos profissionais de Educação Física, nem desconsiderar o valor das experiências esportivas dos agentes da mídia que estudam a relação do esporte com os meios, mas tão somente reclamar um trato mais qualificado, reflexivo e crítico na análise das produções veiculadas na mídia sobre temas da Educação Física, para que o senso comum e a “falação esportiva” (ECO, 1984) sejam superados e, assim, o processo comunicacional-midiático possa ser mais esclarecido e esclarecedor.

Contrariamente, os trabalhos originários da Educação Física que fazem abordagens teórico-conceituais de temáticas comunicacional-midiáticas o fazem de maneira consistente e crítica, com recorrência em elementos da teoria social crítica, especialmente no conceito de Indústria Cultural, um dos mais utilizados.

3.4. Perfil dos Desenhos Metodológicos:

Um dos objetivos do Seminário foi traçar um amplo perfil dos principais desenhos metodológicos utilizados na produção científica em Educação Física e Mídia, nas Revistas e Anais de eventos referidos, e refletir sobre o que eles indicam em termos de predominâncias e possíveis limites.

Frente à diversidade de metodologias utilizadas nos 201 textos encontrados (considerados os três subgrupos), houve a necessidade de elaboração de uma classificação única, no sentido de facilitar a distribuição e análise dos mesmos. Tal como no item anterior, feita apenas com um objetivo didático-operacional para esta pesquisa, sem pretender instituir-se como modelo normativo.

Nesse sentido, nossa classificação para os desenhos metodológicos foi estruturada da seguinte forma:

- a) *estudos exclusivamente com fontes bibliográficas*, dividindo-se em
 - i) *pesquisa bibliográfica* (artigos de revisão de literatura)
 - ii) *ensaio teórico* (textos com um nível superior de elaboração e crítica)
- b) *pesquisa histórica*

- c) *estudos de campo*, com abordagens
 - i) *descritiva*
 - ii) *tipo etnográfica*
 - iii) *pesquisa participante/ação*
- d) *análise de produtos da mídia*¹⁰ (relativa a estudos que tomam algum produto midiático como principal objeto de estudo)
- e) trabalhos aqui considerados como *outros* (resenhas, relatos de experiência, estudos de caso e pontos de vista).

Aplicada ao material de análise deste subgrupo, a classificação fornece um perfil das metodologias encontradas, expresso no Quadro 4:

Quadro 4: Distribuição dos desenhos metodológicos nas “categorias”

| “Categorias” | Desenhos Metodológicos | |
|-----------------------------|------------------------|----------------|
| | Freq. Abs. | Freq. Rel. (%) |
| Análise de produto da mídia | 24 | 33,33 |
| Ensaio teórico | 15 | 20,82 |
| Estudo descritivo | 08 | 11,11 |
| Pesquisa histórica | 05 | 6,94 |
| Pesquisa bibliográfica | 05 | 6,94 |
| Pesquisa participante/ação | 02 | 2,71 |
| Estudo tipo etnográfico | 0 | 0 |
| Outros | 13 | 18,54 |
| Total | 72 | 100 |

A descrição dos dados permite constatar um predomínio de estudos que se dedicam prioritariamente a *analisar produtos da mídia*, num total de 24 pesquisas ou 1/3 do total, seguido pelos *ensaios teóricos*, com 15 textos e *outros tipos de estudo* (13 textos). Os *estudos descritivos* contribuíram com 8 publicações, enquanto as *pesquisas bibliográficas* e as *pesquisas históricas*, com 5 trabalhos cada uma. Por último, identificamos apenas dois trabalhos (ou 2,71%) caracterizados como *pesquisa participante/ação*.

Primeira consideração destes números indica que há grande concentração, da ordem de 72,7% (52 textos), em apenas três tipos de abordagem metodológica (*análises de produto da mídia*, *ensaios teóricos* e *estudos descritivos*), sendo que a principal característica destes é que são estudos voltados à análise direta de produtos midiáticos (veículo e/ou mensagem) ou promovem a descrição e/ou reflexão teórica sobre essas mensagens, o que, de certa forma, também se concentra no mesmo elemento, isto é, sobre o conteúdo e/ou a forma do discurso midiático a respeito de temas da Educação Física.

Essa centralidade na própria mídia como objeto de estudo se justifica, em parte, porque muitos dos textos analisados são produzidos por jornalistas e/ou pesquisadores de comunicação, como já foi registrado. Isso pode indicar que esses profissionais estão interessados em analisar sua própria produção, o que permite supor um saudável movimento reflexivo e autocrítico.

¹⁰ Entendemos *análise de produto da mídia* como desenho metodológico, considerando essa classificação falta de clareza no aspecto metodológico de textos analisados, principalmente os produzidos na década de 90.

Há também um número relevante de textos originários de fontes e autores do campo da Educação Física (sobretudo nas revistas *Kinesis* e do LCMMEF) e, nesse sentido, parece-nos que estudos com maior orientação nos receptores, isto é, nos cidadãos sob nossa responsabilidade pedagógica, poderiam apresentar números mais significativos, visto nossa ação ser preponderantemente de intervenção educativa e de esclarecimento. Corroboramos com essa assertiva o fato de que as investigações do tipo *pesquisa-ação ou participante*, as mais afeitas à formação cultural de receptores-sujeitos (SOUZA, 1995), apresentam índices muito pequenos (apenas 2 estudos ou meros 2,71%).

Esses dados parecem ratificar o que foi apontado na análise de pesquisas publicadas no âmbito do GTT de Educação Física, Comunicação e Mídia do CBCE (PIRES, 2003), que destaca a lacuna existente em relação a trabalhos desenvolvidos no campo específico da Educação Física, isto é, com professores, acadêmicos e alunos do ensino básico.

IV. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta análise da trajetória acadêmica do “Grupo de Santa Maria” é feita, sobretudo, com grande respeito e reconhecimento por todas as suas significativas contribuições ao campo dos estudos de mídia no âmbito da Educação Física. Neste seu pioneirismo, o Grupo soube abrir espaços importantes, não apenas na própria Educação Física, com atuação no ensino, pesquisa e extensão (laboratório, revista, disciplina da graduação, programas de rádio, subárea de pós-graduação, etc.), como também obteve o reconhecimento da emergência do campo junto à área acadêmica da Comunicação Social, via criação do Núcleo de Pesquisa na INTERCOM.

O “Grupo de Santa Maria” contribuiu ainda com a aproximação dos pesquisadores da Educação Física a abordagens teórico-conceituais e metodológicas próprias dos estudos da comunicação e mídia, até então pouco conhecidas em nosso meio.

Logicamente, o pioneirismo e a importância adquirida não eximiu o Grupo de incorrer em alguns problemas acadêmicos, especialmente o de excessivo auto-referenciamento, notadamente nos mecanismos de socialização do conhecimento produzido. Todavia, destacamos que as (poucas) críticas que foram levantadas ao longo deste texto não desmerecem o trabalho realizado ao longo de quase quinze anos, devendo ser consideradas como uma forma acadêmica mas também afetiva de contribuir para a retomada da pujança do Grupo.

Concluindo nossa reflexão, não pretendemos sumarizar os “achados” da pesquisa com possíveis considerações finais; queremos apenas retomar um tema que acompanhou, subliminarmente, boa parte de nossas discussões, que a constatação da inequívoca centralidade dos estudos, tanto na Educação Física quanto na Comunicação, sobre o eixo de abordagem e análise da mídia, seja no pólo do emissor, da mensagem e nos próprios meios de comunicação, o que é, como afirmamos, perfeitamente compreensível, porque se trata de um assunto novo, complexo e com pouca tradição de pesquisa acadêmica.

Sem negar a importância das pesquisas sobre a mídia, julgamos importante ressaltar, no entanto, que parece ser fundamental que os estudos realizados no âmbito da Educação Física priorizem investigar nossa relação com a mídia **na e a partir da** Educação Física, para que eles possam subsidiar o desenvolvimento de práticas pedagógicas que sejam emancipadoras, especialmente no âmbito escolar.

REFERÊNCIAS:

- BETTI, Mauro. *A janela de vidro*. Campinas: Autores Associados, 1998.
- BETTI, Mauro (org.) et al. *Análise da produção do Grupo de Trabalho Temático “Comunicação e Mídia e Educação Física/Esporte” do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte no período 1997-2003*. Florianópolis: PPGEF/UFSC, 2005 (disponível em www.nepef.ufsc.br/labomidia).
- CARVALHO, Sérgio; HATJE, Marli. O Conhecimento na e para a Educação Física e a Comunicação Social no Brasil. *Revista Brasileira de Ciência do Esporte*. v. 17, n 3, p. 260-265, maio/1996.
- DEMO, Pedro. *Pesquisa e construção do conhecimento*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.
- ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- GONÇALVES, Fernando (org.) et al. *Educação Física e Mídia: um olhar a partir da produção e veiculação do conhecimento na Revista Brasileira de Ciências do Esporte e na Revista Motrivivência*. Florianópolis: PPGEF/UFSC, 2005 (inédito).
- HATJE, Marli. *O Laboratório de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física – CEFD/UFSC – história e atualidade*. Palestra proferida no Seminário Avançado de Pesquisa em Educação Física e Mídia do PPGEF/UFSC, em 12/maio/2005 (apontamentos).
- PIRES, Giovani De L. Breve introdução ao estudo dos processos de apropriação social do fenômeno esporte. *Revista da Educação Física/ UEM*. n.9, p.25-34, dez./1998.
- _____. *Educação física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória*. Ijuí: Ed. UNIJUÍ, 2002.
- _____. A pesquisa em educação física e mídia nas ciências do esporte: um possível estado atual da arte. *Movimento*, v.9, n.1, p.9-22, jan-abr/2003.
- PRONI, Marcelo W. *A metamorfose do futebol*. Campinas: Instituto de Economia/Unicamp, 2000.
- SOUZA, Mauro W. (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
-

Contato com os autores:
Laboratório de Mídia do Centro de Desportos/UFSC
Campus Universitário – Trindade
CEP 88.040-900 – Florianópolis/SC

End. eletr.: labomidia@cds.ufsc.br - Tel.: 48 3331 8615

(Apresentação: data-show)