

---

## O ESPORTE DO *GLOBO ESPORTE* – POSSÍVEIS IMPLICAÇÕES DO PROGRAMA DA REDE GLOBO NAS PRÁTICAS ESPORTIVAS ESCOLARES

**Rony Eder Laignier**

(Especializando em Ed. Física Escolar/ Faculdade do Futuro)

**Diógenes Henrique Jordão**

(Especializando em Ed. Física Escolar/ Faculdade do Futuro)

**Sheila Alves Gonçalves**

(Estudante de Ed. Física/Bacharelado/Faculdade do Futuro)

**Scheila Espindola Antunes**

(Mestre em Educação Física/Faculdade do Futuro)

### INTRODUÇÃO

Com as novas tecnologias, ter acesso às informações está cada vez mais fácil. Manter-se informado e por dentro do que acontece no mundo é praticamente uma necessidade. O esporte é um fenômeno social e ganha cada dia mais espaço na mídia e na vida das pessoas. É nessa perspectiva que as emissoras, juntamente com outras empresas lançam seus discursos mercadológicos nos programas esportivos, indo ao encontro do telespectador, mostrando a ele o esporte, como uma opção de atividade física numa lógica toda voltada ao consumo. Segundo Oliveira (2003, p: 07):

A mídia, como componente da moderna sociedade, utiliza as manifestações esportivas, transmitindo, informando e vendendo o esporte para os receptores do discurso midiático. Na construção do cenário esportivo contemporâneo, o que vale é espetacularizar as imagens provenientes do esporte e para isso a tecnologia é um dos aparatos dos meios.

Culturalmente, temos o futebol como a grande paixão nacional. O esporte das massas. Embora o futebol apresente-se ainda, dentro da nossa cultura, numa condição hegemônica, outras modalidades têm ganhado mais visibilidade, na tentativa de popularização. Assim, ao acompanhar os noticiários esportivos pode-se observar como o esporte vem ganhando força e sendo transformado em diversão e espetáculo pelas emissoras, na busca por maiores índices de audiência. Isso faz com que um de nossos principais conteúdos, o esportivo, esteja presente nos discursos midiáticos cotidianamente, estreitando as relações entre a educação física, suas manifestações e as mídias.

Segundo Hatje e Carvalho (citados por SANFELICE, 2004, p:02),

São cada vez mais estreitas e fundamentais as relações entre Educação Física/esporte e Comunicação; ambos vetores convergem em busca de um objetivo humano, qual seja, a construção e a interpretação do desenvolvimento da totalidade humana. A educação física e a comunicação social de forma integrada podem atender parte das exigências das ordens existenciais, isto é, podem contribuir à formação do ser psico-social e psico-biológico.

No âmbito educacional, embora seja consensual que a Educação Física possui grande diversidade de conteúdos, não é difícil identificar uma prevalência das práticas esportivas nas escolas. Fato que é reforçado pela maneira como a mídia televisiva promove e destaca o esporte a todo instante nas suas programações, veiculando diferentes sentidos e significados. Assim, os alunos tendem a preferi-lo nas aulas, pois conhecem as regras e como se dá a dinâmica de sua prática, pautada pela aplicabilidade ao espaço escolar, facilitando de certa forma o trabalho do professor no controle e na participação da turma.

É mister ressaltar que, tal como na Pedagogia, a educação para a mídia no âmbito da Educação Física é extremamente relevante. Primeiro, para que não continuemos “parados no tempo”, tendo em vista que vivemos efetivamente na era da imagem e da informática, ambiente corriqueiro para as novas gerações e ainda ininteligível para a Educação Física. Segundo, porque os conteúdos da educação física se encontram fortemente enraizados nas programações televisivas e nos demais meios midiáticos, disponibilizando informações de todo tipo e relevância, criando mitos, revelando novidades, transfigurando os esportes e o que se sabe sobre eles. (MENDES, e PIRES, s/d, p:02).

Segundo Queiroz (2011), o esporte, como um importante elemento pedagógico que favorece a relação interdisciplinar, deve receber um tratamento especial, pois além de possibilitar um amplo conhecimento corporal através de suas práticas, proporciona e contribui para que o aluno melhore sua socialização, sua autonomia e suas tomadas de decisões frente a situações problematizadoras. Tem-se nos esportes uma excelente ferramenta educacional, porém necessita-se abordar as diferentes faces e sentidos que o esporte possui, nas sociedades contemporâneas. Entendê-lo como elemento cultural, que perpassa também as esferas política e econômica das sociedades, é muito importante, pois, a todo instante, depara-se com situações distintas de assimilação do mesmo.

## **OBJETIVOS**

Os objetivos do estudo desenvolvido estiveram concentrados em analisar como o esporte é tratado pelo Globo Esporte, programa televisivo exibido diariamente em canal aberto pela Rede Globo de Televisão. Buscou-se: identificar os esportes mais explorados/exibidos em cada edição; identificar o tempo destinado a cada esporte em cada edição analisada; identificar e analisar as mensagens construídas e associadas ao esporte. Assim, articularam-se as discussões sobre possíveis implicações desses elementos no processo de construção do conceito de esporte e de prática esportiva de alunos dentro na educação física escolar.

## **METODOLOGIA**

Os dados foram coletados a partir do armazenamento em DVDs, de edições do programa Globo Esporte, veiculado em canal aberto pela emissora Rede Globo. Os programas analisados foram transmitidos durante três semanas não consecutivas, em períodos diferentes. Foram capturadas as programações esportivas no mês de maio/junho 2012, no período de 28/05 a 02/06; uma semana no mês de junho, no período de 18 a 23 e, uma semana no mês de julho, no período de 16 a 21.

A escolha por coletar e armazenar dados provenientes de programações exibidas em semanas não consecutivas deu-se pela necessidade de identificar a existência ou não de uma identidade/perfil nos programas exibidos. Também, procurou-se selecionar semanas, em cada um dos meses de análise, em que não houvesse nenhum evento significativo no âmbito esportivo tal como finais de campeonatos e/ou seletivas para eventos internacionais. Tudo para que pudessem ser capturadas as mensagens cotidianas dessas empresas em suas programações esportivas sem tendências temporais em suas produções.

Para realizar a análise dos dados primeiramente assistimos aos programas gravados e com auxílio de uma ficha registraram-se as informações necessárias para proceder às análises com base nos objetivos de estudo. Por meio da ficha de dados, foi possível registrar todos dados necessários às descrições dos programas assistidos, tais como: tempo total de duração do programa, dia da semana de exibição, esportes exibidos em cada programa, esporte que possuiu maior tempo de exibição no programa, principais valores e características atribuídas a cada esporte exibido no programa.

Como embasamentos teóricos para a discussão dos resultados de pesquisa foram utilizados alguns estudos e produções bibliográficas de autores da Educação Física e da Comunicação Social que estudam as relações existentes entre o esporte e as mídias. São eles: Mauro Betti, Giovani De Lorenzi Pires, Ronaldo Helal, Edson Gastaldo e as produções dos pesquisadores do LaboMídia (CDS/UFSC).

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Atualmente, entendemos o esporte não apenas como uma manifestação cultural e um componente de uma sociedade em constante transformação, mas também como um produto. Observa-se que o esporte nos apresenta uma face mercadológica, validado e amparado pelos meios de comunicação que difundem diversos sentidos e significados com certo poder persuasivo sobre as pessoas. Sendo a mídia televisiva a principal responsável em interpretá-lo, modelá-lo e espetacularizá-lo para seu telespectador. Pode-se considerar o esporte como um fenômeno social, cuja relação com as pessoas é muito estreita, capaz de atingir a todos, independentemente de sua crença, raça ou situação econômica.

Segundo Betti (1998, p: 33):

O esporte transformou-se num espetáculo modelado de forma a ser consumido por telespectadores que procuram um entretenimento excitante, e é parte cada vez maior da indústria do lazer, sendo fator decisivo para isto o papel desempenhado pela mídia, especialmente a televisão.

Exibido diariamente, com edição de segunda a sábado, o Globo Esporte ocupa na grade de transmissão da emissora um período total de 30 minutos, com 23 minutos dedicados ao conteúdo esportivo e o restante dedicado aos intervalos comerciais e publicidades.

A primeira semana de arquivamento de dados foi no período de 28/05 a 02/06. Os dados coletados por meio das análises nos mostraram que há uma prevalência do futebol nas transmissões, ocupando praticamente o tempo integral das edições dos programas analisados. As reportagens exploraram como conteúdo relativo ao futebol, o cotidiano de treinamentos e a preparação dos clubes para os jogos de campeonatos variados, contratações, investimentos de patrocinadores, a paixão do torcedor e a importância do futebol na sociedade brasileira.

Outros esportes como o basquete, atletismo, automobilismo, vôlei e ginástica rítmica ganharam espaço na programação das edições analisadas nessa semana. Mas com matérias ou reportagens de curta duração, que mostravam eventos que seriam realizados nos fins de semana e notícias sobre resultados e preparação dos atletas que participariam dos jogos Olímpicos de Londres.

Foi possível observar que, nas matérias esportivas exibidas nessa semana, foram destacados alguns valores bem aceitos e comuns dentro da sociedade, tais como, a imagem do ídolo esportivo como um herói, um sujeito dotado de “super habilidades”, o sujeito batalhador capaz de superar qualquer tipo de limitação para alcançar seus objetivos no esporte; a relevância do rendimento e do individualismo como a principal ferramenta para a vitória.

A segunda semana de arquivamento de dados pela gravação em DVD das edições do programa, foi de 18 a 23 de junho. O panorama da primeira semana em relação aos conteúdos esportivos não se alterou, sendo o futebol o esporte mais exibido e explorado pela emissora. As reportagens sobre o futebol novamente exibiram imagens espetacularizadas, lances bonitos provenientes dos jogos, investimentos de patrocinadores, relevância ao rendimento, rotina de treinamentos dos clubes, o envolvimento e a comoção do público espectador. E, por fim, a promoção do futebol como um bem cultural, acessível a todos.

Modalidades esportivas como basquete, vôlei, tênis, automobilismo e lutas tiveram seu espaço, sendo exibidas matérias com notícias de preparação e resultados dos partidas/provas, eventos promovidos, a beleza das competições, os bastidores, a punição aos atos indisciplinados de atletas. Os discursos relativos a essas práticas esportivas estiveram vinculados ao estímulo para a prática esporte como opção de lazer e possibilidade de promoção à saúde.

Foram exibidas matérias carregadas de espetacularização, a promoção do esporte para o espectador e o poder de superação diante das adversidades, seja na vida ou no esporte. Ficou nítida a intenção de reforçar a todo instante a paixão do brasileiro pelo futebol. Elemento cultural de significativa importância para a sociedade brasileira, por ser dotado de valores ligados à perseverança, à superação, à acessibilidade, à democracia, etc.

A terceira semana de gravação foi no período de 16 a 21 de julho. Como de praxe o futebol foi o detentor de praticamente todo o tempo nas transmissões, sendo que em 3 das 6 edições na semana foi o único conteúdo veiculado no programa. Foram exibidas reportagens sobre o mundo mercadológico do futebol, a rotina de treinamentos dos clubes, notícias dos bastidores, a promoção do espetáculo, o envolvimento do espectador nas transmissões, a relevância do ídolo esportivo, a paixão dos torcedores, e a promoção do futebol como bem cultural.

Embora com menos tempo de exibição, outras modalidades esportivas também tiveram seu espaço nas edições do programa em que o futebol não foi o único assunto abordado. Nas outras transmissões, outros esportes foram abordados, basquete, esportes radicais, automobilismo, lutas e vôlei. As reportagens exibiam resultados de

jogos/partidas/eventos, destaque aos patrocinadores de evento, competições amadoras, o espetáculo e a beleza do mundo esportivo.

Como a emissora não detinha os direitos de transmissão dos Jogos Olímpicos de Londres, ficou nítida a intenção e a preocupação que a emissora teve em garantir a audiência, utilizando-se principalmente de um elemento que possui significativa importância dentro da sociedade brasileira, o futebol.

Percebe-se que, embora haja significativamente uma oferta de outros conteúdos esportivos ao público espectador, fica evidente a necessidade que a emissora, por meio de um programa esportivo, tem em agregar valores compreendidos como presentes e necessários nas transmissões sobre os esportes, principalmente no futebol, por sua grande representatividade e importância dentro da sociedade brasileira, na tentativa de estabelecer uma relação identitária entre os espectadores/consumidores do esporte, garantindo audiência, sucesso e conseqüentemente maiores lucros.

## CONCLUSÕES

A comunicação de massa possui relevante papel na sociedade atual, tendo seu acesso cada vez mais facilitado por meio de novas tecnologias que surgem constantemente. As mídias difundem valores e sentidos diferenciados quando têm seu foco no esporte. Esse fato deve-se por sua fácil aceitação e penetração na vida das pessoas, tornando-se um meio seguro e eficiente para assimilação de interesses mercadológicos. Assim, observa-se o esporte cada vez mais ofertado e utilizado nas mídias, na tentativa de provocar algum tipo de influência ao consumo por meio do espetáculo nas transmissões.

Ferrés (citado por BETTI, 2001), discorrendo sobre a televisão, propõe que a escola eduque para a reflexão crítica, para levar o aluno a compreender o sentido explícito e implícito das informações e estabelecer relações coerentes e críticas entre o que aparece na tela e a realidade do mundo. Com base nessas colocações, abordar a temática da mídia televisiva e suas relações com o esporte dentro das aulas de educação física na escola é muito importante. Assim, o professor poderá, por meio de suas práticas pedagógicas, ajudar seus alunos a desenvolver um senso crítico mais aguçado para filtrar as informações, valores, sentidos e significados embutidos nas mensagens veiculadas pelas mídias. De acordo com Antunes (2007), a escola não pode negligenciar a natureza e importância dos acontecimentos esportivos, uma vez que nesses eventos há também a manifestação de questões políticas, culturais e econômicas.

A maneira como a mídia tem garantido sua inserção no cotidiano das pessoas e a forma como se apropriou do esporte fortalecendo cada vez mais suas relações, nos faz perceber que não é mais possível pensarmos a educação física e sua prática pedagógica sem considerarmos a necessidade dela também voltar-se à compreensão dos meios de comunicação de massa e a forma como agem na esfera esportiva, conseqüentemente, nas realidades de nossos alunos. Pois, é inegável que as estreitas relações entre esporte e mídia vêm ditando modismos e criando novas representações em torno do conceito de esporte do imaginário social (ANTUNES, 2007, p:124).

É preciso que os professores de educação física compreendam que o consumo de informações por meio das mídias é uma prática cotidiana em todas as idades. Pelo fato de o esporte estar tão presente nas diferentes mídias contemporâneas, acaba sendo parte dos consumos midiáticos diários das pessoas. Por tais razões é que se defende que as

mídias, especialmente a televisiva, por sua abrangência e facilidade acesso, devem ser incluídas nas práticas pedagógicas da educação física escolar. Não apenas como ferramenta auxiliar de aula, mas também, como objeto de estudo, debate, discussão. Tudo para que seja possível a contribuição na formação do senso crítico do aluno e do estímulo ao uso do mesmo, diariamente, no processamento das informações, sentidos e significados veiculados pelas mensagens midiáticas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, Scheila E. *O País do Futebol na Copa do Mundo: estudo de recepção ao discurso midiático esportivo com jovens escolares*. [Dissertação de Mestrado]. Florianópolis: Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.

BETTI, Mauro. Mídias: Aliadas ou Inimigas da Educação Física Escolar. IN: *Revista Motrivivência*. Vol. 7, n.2. Florianópolis/SC: Jul-Dez, 2001 (p.: 125-129). Disponível em <http://www.rc.unesp.br/ib/efisica/motriz/07n2/Betti.pdf>

\_\_\_\_\_. *A janela de vidro: Esporte televisão e Educação Física*. Campinas, SP: Papirus, 1998.

MENDES, Diego; PIRES, Giovani D.L. *Formação de professores de educação física e educação para a mídia: a produção de audiovisuais como possibilidade formativa*. Disponível em <http://www.labomidia.ufsc.br> (último acesso em 23/05/2012).

OLIVEIRA, Márcio R.R, PIRES, Giovani D.L. O Esporte e suas Manifestações Midiáticas, Novas Formas de Produção do Conhecimento no Espaço Escolar. IN: *Anais do 26º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação/Belo Horizonte*. São Paulo: Intercom, 2003. [cd-rom] Disponível em <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/handle/1904/4306> (ultimo acesso em 08/05/2012).

QUEIROZ, J.C.C. O Esporte como Saber Escolar: Problemáticas para a Formação Humana. IN: *Educação Física, Esporte e Sociedade: Temas Emergentes*. Vol.04. São Cristóvão/SE: UFS, Março, 2011. (p: 99-114).

SANFELICE, Gustavo R., MYSKIW, Mauro; BARCELONA, Esteban M. Educação Física e Comunicação Social: aproximações e tensões. IN: *Anais do 27º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação/ Porto Alegre*. São Paulo: Intercom, 2004 [CD-ROM]. Disponível em: <http://www2.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=43177> (último acesso em 06/05/2012)