

1 - O TEMA DE PESQUISA, SEU CONTEXTO E PROBLEMATIZAÇÕES

Giovani De Lorenzi Pires

Cresce e se consolida no meio acadêmico a convicção de que a sociedade contemporânea é, sobretudo, uma sociedade mediatizada, isto é, suas representações coletivamente compartilhadas são constituídas sob influência explícita e cada maior dos meios de comunicação de massa. Essa compreensão é também reconhecida no campo político-social, âmbito onde acontece a mediação das relações entre diferentes interesses sociais, econômicos e ideológicos, presentes na sociedade.

Um e outro campo também compartilham, às vezes por vias diversas, do entendimento de que as formas de acesso e consumo e a qualidade da informação veiculada pela mídia são desiguais e iníquas, particularmente do ponto de vista das diferenças de classe social. Tomando como exemplo

a televisão, meio que hoje se configura como a principal mídia de massa, chegando a aproximadamente 97% dos lares brasileiros, observa-se que ela contém um sistema próprio de segmentação social dos seus usuários, representado por dois grandes blocos: a TV de sinal aberto e a TV por assinatura. Tais divisões se reproduzem nas emissoras de rádio (AM e FM), nos jornais (“grande imprensa” e tablóides sensacionalistas) e revistas (para público A, B, C, D, etc.), veículos que igualmente reafirmam as diferenças de acesso e qualidade de informação.

Assim, ao administrador público é importante que existam estratégias para identificar e mapear o tipo de informação que está sendo veiculada na mídia a respeito do objeto das políticas sociais públicas, a fim de que seus esforços, no sentido da abrangência do acesso e da qualidade da informação, possam ser reorientados quando necessários. Muitas vezes, tal processo de sistematização da informação é feito por meio de institutos de pesquisa de opinião, os quais carecem, normalmente, na necessária interpretação da qualidade da informação, ficando apenas no âmbito de dados quantitativos (minutagem, centimetragem, área, etc.). Estudos desenvolvidos por instituições do campo acadêmico podem suprir essa demanda, na medida em que, pela especificidade da área, conseguem aprofundar a análise, demonstrando tendências, lacunas, equívocos, etc.

A instalação de Observatórios, ainda não muito comum na área da Educação Física/Espportes, é fundamental em áreas sensíveis, em que o acompanhamento e a análise, por parte da academia, pode representar melhoria da qualidade do serviço oferecido à sociedade, especialmente pelo setor público. Neste sentido, o Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva apresenta-se como uma possibilidade para promover estudos na Educação Física que permitam acompanhar, registrar e socializar, de forma sistemática, a divulgação de matérias jornalísticas a respeito de programas de esporte e lazer nos quais haja interesses públicos e a participação de órgãos públicos, em âmbito federal, estadual e municipal.

Nossa experiência temática, apesar de ainda recente, tem nos permitido fazer este tipo de abordagem investigativa, com um número razoável de trabalhos publicados em periódicos e anais de eventos científicos. De forma especial, referimo-nos aqui à pesquisa que analisou a relação dialética en-

tre o local e o global na cobertura dos Jogos Olímpicos de Atenas/2004 por parte da mídia impressa do Estado de Santa Catarina (PIRES *et al.*, 2006-a, BITENCOURT *et al.*, 2005), ou à análise da produção científica brasileira em Educação Física/Esporte e mídia (PIRES *et al.*, 2006-b) bem como outros estudos de recepção também realizados (ANTUNES, 2006; LISBOA, 2006; MEZZAROBA e PIRES, 2006; MENDES e PIRES, 2006).

O Grupo de Pesquisa Observatório da Mídia Esportiva foi criado em 2003 e desde então vem se propondo a investigar as relações do campo da Educação Física, Esporte e Lazer com os meios de comunicação de massa e as novas tecnologias informacionais e de comunicação (TIC's), além de constituir-se em ponto de convergência para pesquisadores interessados em investigar possibilidades acadêmicas para o trato pedagógico da mídia esportiva na Educação Física.

Do ponto de vista acadêmico, ele é vinculado ao Núcleo de Estudos Pedagógicos da Educação Física - NEPEF/UFSC-CNPq - e encontra-se estabelecido junto ao Laboratório de Mídia do Centro de Desportos da UFSC - LaboMídia -, congregando pesquisadores de diferentes níveis de formação, além de manter estreita ação colaborativa com outros pesquisadores e grupos de pesquisa na área da mídia esportiva e de mídia-educação no país. Integram hoje a equipe do Observatório mais de quinze pesquisadores, sendo docentes universitários com titulação em grau de doutor ou mestre, alunos de pos-graduação (mestrado e/ou doutorado), além de alunos de graduação em Educação Física/UFSC e bolsistas de iniciação científica (PIBIC/CNPq).

São objetivos do Observatório:

- Refletir sobre conflitos e contradições que permeiam Cultura Midiática na sociedade contemporânea;
- Estabelecer um diálogo entre teorias do conhecimento, estudos sobre movimento humano e aspectos socioculturais, sobretudo os relacionados à mídia;
- Promover estudos sobre a apropriação da mídia como interlocutora nos processos educacionais;
- Estimular o ensino, a pesquisa e a extensão, em perspectiva crítica, nas relações Educação Física, Esporte, Lazer e Mídia.

Tais objetivos são buscados através das seguintes Formas de Ação:

- Investigações documentais e de campo, através de pesquisas individuais e coletivas.
- Produção/discussão de vídeos e filmes.
- Realização de Seminários, Palestras, Mesas, Encontros, etc.
- Oferta de disciplinas na graduação e pós-graduação.
- Desenvolvimento de atividades e projetos de extensão, especialmente na formação continuada de professores de Educação Física.
- Participação em Eventos como Congressos e Seminários da Educação Física e de outras áreas do conhecimento, de algum modo relacionadas ao campo dos estudos da comunicação, mídia e novas tecnologias de informação.

Do ponto de vista acadêmico, nossa atuação tem sido mais centrada no campo dos estudos sobre mídia na Educação Física, especialmente junto à comunidade que se reúne no âmbito do GTT Educação Física, Comunicação e Mídia do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (CBCE). Além disso, temos participado e publicado em anais de outros eventos da área e em diversos periódicos científicos. Nosso entendimento, todavia, é que esse material bibliográfico, por encontrar-se disperso em várias fontes nem sempre acessíveis ao conjunto dos profissionais interessados, precisa estar disponível de forma concentrada, para facilitar a consulta. Assim, a produção do Grupo do Grupo pode ser visualizada e acessada, na íntegra, em nosso endereço na internet (www.nepef.ufsc.br/labomidia).

A partir da Chamada Pública ME/SNDEL/REDE CEDES – 2007, o Grupo Observatório da Mídia Esportiva apresentou proposta de pesquisa atendendo a linha temática *“implantação de Núcleos Observatórios direcionados ao torcedor, mídia esportiva e políticas públicas”*, tendo sido aprovada de forma integral para receber apoio financeiro da Secretaria Nacional de Desenvolvimento do Esporte e Lazer/Ministério do Esporte.

A **situação-problema** da pesquisa realizada pode ser representada pelos seguintes questionamentos: *de que modos e com quais intensidade e qualidade a mídia regional catarinense divulga e repercute eventos esportivos em âmbito estadual, promovidos e/ou apoiados pelo setor público? Em que condições objetivas são produzidas as informações veiculadas pelo jornalismo esportivo?*

Foram nossos objetivos na pesquisa:

- 1 - desenvolver estratégias de acompanhamento e registro da cobertura efetuada por veículos da mídia catarinense, referentes ao evento de maior visibilidade entre aqueles promovidos pela FESPORTE, os Jogos Abertos de Santa Catarina (JASC);
- 2 - analisar quantitativa e qualitativamente os dados dessa cobertura, visando identificar tendências e lacunas a respeito do material veiculado;
- 3 - observar editores, repórteres e produtores dos veículos analisados, durante o evento observado e logo após, na forma de entrevistas, para conhecer as condições e razões dos modos da produção da cobertura do evento selecionado.

2 - ALGUNS APORTES TEÓRICO-METODOLÓGICOS SOBRE O OBJETO DE ESTUDO:

A sociedade contemporânea registra o desenvolvimento e expansão acelerados dos meios tecnológicos comunicacionais, o que concorre para a criação de uma cultura imagética e simbólica que vem se somar à tradição moderna da oralidade e da escrita.

A importância dos meios de comunicação na sociedade contemporânea implica seu estudo não apenas como fenômeno de massa, mas, sobretudo, como processo instituinte de valores, comportamentos e necessidades sociais da cultura de consumo. Neste sentido, pode-se considerar que o discurso midiático é, atualmente, um dos principais promotores de sentidos para o estabelecimento de compreensões socialmente mediadas a respeito de questões do cotidiano.

Crianças, jovens e adultos desenvolvem suas relações com os saberes e fazeres sociais pela mediação proporcionada através da presença subliminar dos meios, especialmente a televisão.

A cultura audiovisual, influenciada pela linguagem da televisão, produz uma percepção fragmentária e metonímica (as partes é que dão a noção

do todo) da realidade, cujas principais características seriam: a) mixagem entre palavra, imagem e som; b) dramatização das relações interpessoais; c) hiper-realismo (“tudo” é possível); d) descomplexificação da realidade proporcionada pelos recursos da edição; e) uso de linguagem oral popular (Babin, citado por Martirani, 1998)². Segundo a autora, esta “atmosfera difusa e imprecisa da realidade” é responsável pelo desenvolvimento de outro tipo de processo mental-cognitivo, uma inteligência associativo-comparativa (“tissular ou analógica”), que pode contrapor-se ou, se adequadamente explorada, complementar o modo linear e geométrico de aprender (a inteligência conceitual), consagrado pelos métodos tradicionais de ensino.

Os elementos da cultura de movimento (esporte, ginástica, dança, luta e jogo/brincadeiras) vêm experimentando as consequências desta mudança. A linguagem que registra e veicula as manifestações das práticas corporais, especialmente o esporte, tem se tornando cada vez mais imagética e espetacularizada pela televisão, gerando o que Betti (1998) denominou de esporte telespetáculo, dada a sua apropriação ser planejada e se dar preferencialmente pela mídia eletrônica.

Os demais veículos de massa, como rádio e jornal, embora também submetidos à lógica que norteia a mídia televisiva, têm características um pouco diferenciadas.

O rádio é considerado o meio mais democrático pelo fácil acesso, porquanto exigir uma tecnologia bastante simples e barata para ser consumido. De fato, o rádio parece ser o companheiro preferencial da população, não encontrando limites aparentes de ordem geracional. Estudo recentemente promovido pelo Observatório da Mídia Esportiva, observando as relações entre lazer e mídia no cotidiano de culturas juvenis, demonstrou que os jovens atribuem ao rádio a condição de parceiro de todas as horas, acessado durante o trabalho, as horas de estudos, nos deslocamentos e, sobretudo, no tempo livre, assumindo a condição de uma “trilha-sonora” ou “música-ambiente” dos afazeres diários (HACK, 2005).

Já os jornais parecem ter destinação para outro perfil de consumidores, especialmente àqueles que são considerados “formadores-de-opinião”. Isso se explica pelo fato de o consumo de jornal envolver uma dimensão econô-

mica (precisa ser adquirido) e de compreensão da palavra escrita, num país em que a leitura não se constitui numa habilidade universalizada. O jornal, todavia, por não estar submetido totalmente à velocidade imposta à informação como a TV e o rádio, permite uma melhor negociação entre consumidor/leitor e mídia, possibilitando a contextualização e o detalhamento a respeito de matérias jornalísticas apresentadas de forma sumária nas mídias eletrônicas. O jornal interpreta e realiza, de forma mais efetiva, as relações identitárias entre o local e o global, como podemos observar em estudo produzido no Observatório da Mídia Esportiva, sobre a cobertura da mídia impressa catarinense a respeito dos atletas “locais” participantes de um evento “global”, os jogos olímpicos de Atenas/2004 (PIRES *et al.*, 2006-a)

Neste sentido, a mídia parece ser necessariamente um elemento importante a ser considerado pelos administradores públicos do campo do esporte e do lazer, quando da definição das políticas públicas desse setor.

Sem aprofundar a discussão conceitual sobre políticas públicas, entendemos que estas precisam garantir a presença do Estado e o tipo de papel do Estado na esfera pública, entre outras coisas:

- a) como organizador/anunciador de macro-caminhos de ação, balizados pela transparência e democracia, visando garantir a participação popular desde a sua definição até o acompanhamento da sua implementação;
- b) como indutor/estimulador do desenvolvimento integrado da sociedade, especialmente naquelas áreas em que a iniciativa privada não tem interesse ou, pelo contrário, a sua presença possa representar a possibilidade de monopólio;
- c) como equalizador das demandas, no sentido de evitar a permanência das assimetrias de ordem regional, de gênero, de etnia/raça, de capacidade de organização, de formas de pressão, etc.

O fundamental é que, ao lado das ações propositivas do Estado, fique garantida a emancipação dos indivíduos e grupos como perspectiva a ser buscada/construída. Isto é, além de tentar “resolver” o problema momentâneo e, para isso, se utilizem medidas compensatórias, o projeto de políticas

públicas do Estado do campo popular e democrático deve buscar, em médio e longo prazos, uma mudança social mais profunda, visando garantir autonomia de organização e ação aos grupos focados, para que as razões que hoje justificam estas políticas sejam, enfim, superadas por ações da própria cidadania emancipada (PIRES, 2005).

Fundamentos teóricos-metodológicos:

Do ponto de vista metodológico, a pesquisa realizada pode ser caracterizada como um estudo observacional-descritivo, de âmbito exploratório, que visa registrar dados e interpretá-los, à luz de determinado quadro teórico-conceitual, assentado preferencialmente nos estudos culturais latino-americanos e na teoria social crítica.

Há na investigação também uma dimensão dos chamados estudos de *newsmaking* (Wolf, 2001). Estes são consideradas como novas e emergentes abordagens para as pesquisas sobre comunicação de massa, a partir do reconhecimento de que o processo de produção da informação midiática não é isento da influência de fatores subjetivos, ideológicos, doutrinários, etc. Desta forma, os estudos de *newsmaking* visam a observar os emissores, inclusive e principalmente em seu espaço de trabalho, durante a sua rotina profissional, onde se revelam de forma mais pungente os seus hábitos, procedimentos e estratégias para colher, escolher, preparar e veicular a informação. Segundo o autor, as diferentes abordagens possíveis para as pesquisas de *newsmaking* têm em comum as técnicas da observação participante. Para Wolf (2001, p.186),

Os dados são recolhidos pelo investigador presente no ambiente que é objecto de estudo, quer pela observação sistemática de tudo o que aí acontece, quer através de conversas mais ou menos informais e ocasionais, ou verdadeiras entrevistas com as pessoas que põem em prática os processos produtivos [da informação].

A construção do *corpus* de dados para análise foi feita a partir de:

- a) clipagem diária de jornais (02) e televisões (02), sendo que o critério de inclusão para escolha dos veículos acompanhados levou em conta, além da acessibilidade, o fato de terem programações esportivas destinadas ao esporte e lazer em âmbito local e/ou estadual, não limitados ao futebol;
- b) observação (registrada em notas de campo) e entrevistas semi-estruturadas (gravadas em vídeo e áudio) com jornalistas destes veículos (redatores, editores, repórteres, locutores, etc.), visando discutir com eles aspectos da cobertura acompanhada, com o objetivo de tentar compreender como são feitas as pautas, as escolhas de abordagem, etc.

Os procedimentos para tratamento e interpretação dos dados foram:

- a) organização do banco de dados, com a transcrição dos dados advindos da clipagem da mídia, sendo utilizada estatística descritiva (percentual); e transcrição das entrevistas com os jornalistas;
- b) interpretação do material coletado e sistematizado por meio de análise de conteúdo que, conforme Bardin (s/d, p.42), "é conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos 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".

A divulgação dos resultados está sendo realizada através de duas formas básicas:

- a) produção de relatório final (veiculado também na forma do presente livro), de caráter mais descritivo, para ser distribuído a instituições diretamente envolvidas ou não com a pesquisa;
- b) produção de textos com recortes parciais, de enfoque mais analítico, visando socializar e discutir o tema em eventos e periódicos científicos da área.

Além disso, todo o material produzido está sendo disponibilizado na página do Observatório da Mídia Esportiva/UFSC (www.nepef.ufsc.br/labomidia).

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Scheila. *O "País do Futebol" na Copa do Mundo: estudo de recepção ao discurso midiático-esportivo com jovens escolares*. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Florianópolis: PPGEF/UFSC, 2006.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, s/d.

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

BITENCOURT, Fernando Gonçalves *et al.* Ritual Olímpico e os Mitos da Modernidade: implicações midiáticas na dialética universal-local. *Revista Pensar a Prática*. Goiânia, vol. 8, n 1, p. 21-36, jan/jun 2005.

HACK, Cassia. *Lazer e mídia no cotidiano das culturas juvenis*. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Florianópolis: PPGEF/UFSC, 2005.

LISBOA, Mariana. *Representações do esporte-da-mídia na cultura lúdica das crianças*. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Florianópolis: PPGEF/UFSC, 2006.

MARTINARI, Laura Alves. O vídeo e a pedagogia da comunicação no ensino universitário. In: PENTEADO, Heloisa P. (org.). *Pedagogia da comunicação: teorias e práticas*. São Paulo: Cortez, 1998.

MENDES, Diego; PIRES, Giovani De Lorenzi. Educação Física & novas linguagens comunicacionais: sentidos e significados da produção de recursos audiovisuais na formação de professores. *Revista Pensar a Prática*, v. 9, n.2, p. 181-196, jul-dez/2006

MEZZARROBA, Cristiano. *O agendamento esportivo e os Jogos Pan-americanos no Brasil em 2007: um estudo de recepção com escolares*. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Florianópolis: PPGEF/UFSC, 2007.

MEZZARROBA, Cristiano; PIRES, Giovani De Lorenzi. Estratégias discursivas no agendamento do esporte na mídia: o voleibol masculino do Brasil em Atenas 2004. *FIEP Bulletin*, v. 76 – special edition: article II, p. 66-69, 2006.

PIRES, Giovani De Lorenzi *et al.* Catarinenses olímpicos na mídia impressa regional: a dialética local-global na cobertura dos jogos olímpicos de 2004. Congresso Sul-

brasileiro de Ciências do Esporte, 3, *Anais...* Santa Maria: 20 a 23/setembro/2006-a. PIRES, Giovani De Lorenzi *et al.* Retrato preliminar da produção em Educação Física /Mídia no Brasil. Congresso Brasileiro de Informação e Documentação Esportiva, 1, *Anais...* Brasília: MESP-IASI-CEV, 28-29/abril/2006-b (disponível em www.esporte.gov.br/conbide).

PIRES, Giovani De Lorenzi. A escola, a Educação Física e as políticas públicas: quais são os projetos para o esporte escolar? *Revista Metropolitana de Ciências do Movimento Humano*, ano 5, n.1, p. 9-15. São Paulo, 2005.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*, 6 ed. Lisboa/PT: Presença, 2001.