

Mídia e esporte: os valores notícia e suas repercussões na sociedade contemporânea¹

Marli Hatje² – Universidade Federal de Santa Maria- UFSM

Paula Bianchi³ - Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

Jucélia Medianeira Schubert⁴ - Universidade Federal de Santa Maria- UFSM

Resumo

Ampliar e aprofundar as discussões entre esporte e mídia, e suas repercussões na Comunicação Social e na Educação Física, verificando a importância dessa relação na formação educacional e cultural da sociedade, é o objetivo da pesquisa, que considerou a categoria valores notícia, definida por Correia (1997), em notícias *importantes* (interesse público) e *interessantes* (interesse do público). O estudo realizado no Laboratório de Ensino, Pesquisa e Movimento Humano, na área de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física do CEFD da UFSM, considerou dados de pesquisas realizadas em 2001 e 2003, a partir de notícias veiculadas pelo Programa Esporte Espetacular, em diferentes épocas e contextos. Conforme a análise, em 2001 e 2003 as matérias *interessantes e importantes* apresentaram pequenas alterações em termos percentuais, mas o valor-notícia é importante quando analisamos a importância das relações entre esporte e mídia no que tange a formação educacional e cultural da sociedade, a partir de áreas que buscam aproximações interdisciplinares.

Palavras- Chave : Educação Física; Esporte; Mídia; Sociedade; Interdisciplinar

Introdução

Ao perceber a importância que a mídia representa no contexto social, como formadora de opinião e construtora de saberes/fazer sociais sobre o esporte, entende-se pertinente aprofundar as discussões as relações interdisciplinares entre o Esporte e Televisão, verificando as repercussões dessa relação no comportamento da sociedade, a partir da categoria *valores notícia* relativa ao conteúdo da informação, isto é, aquilo que Correia (1997) classifica como Importante (*interesse público*) e Interessante (*interesse da público*). Buscou-se subsídios para esse estudo em dezesseis Programas Esporte Espetacular, da Rede Globo de Televisão.

A sustentação teórica da pesquisa está baseada, principalmente em Correia (1997), que traz discussões sobre o interesse público e interesse do público, bem como o fenômeno comunicacional; em Hatje, Carvalho e Moro (2000, 2001), que discutem as relações interdisciplinares entre o Esporte e a Mídia, em estudos realizados na área de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física, junto ao CEFD/UFSM e em Belloni (2001) que investiga a relação entre os meios de comunicação e a educação.

Várias questões motivaram a pesquisa, entre elas: a) como a televisão (esportiva) brasileira

¹ Trabalho apresentado ao NP 18 – Comunicação e Esporte, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da INTERCOM.

² Jornalista e profª de Educação Física. Profª Adjunta do Departamento de Métodos e Técnicas Desportivas, do Laboratório de Pesquisa e Ensino do Movimento Humano e Coordenadora do Curso de Educação Física: Licenciatura Plena, do Centro de Educação Física e Desportos da UFSM – Autora e Orientadora. (marlih@smail.ufsm.br).

³ Profa. de Educação Física. Especializanda do Laboratório de Pesquisa e Ensino do Movimento Humano– CEFD/UFSM - Autora – (paulacbianchi@yahoo.com.br)

⁴ Profa. de Educação Física. Especializanda do Laboratório de Pesquisa e Ensino do Movimento Humano– CEFD/UFSM – Autora – (juceliaschubert@bol.com.br)

influencia a sociedade?, b) a mídia deve ou não se limitar a oferecer ao público aquilo que ele gosta ou deseja?, c) ou ela deve ser informativa, veiculando apenas notícias importantes?, d) ela é capaz de mudar comportamentos e atitudes ao veicular valores e/ou características sociais?, e) será que é através da televisão que a maioria das pessoas entra em contato com o esporte, antes mesmo de experienciá-lo corporalmente?

A comunicação humana requer um método eficiente para que a mensagem emitida pelo emissor chegue ao receptor, de forma atraente. Para isso, utiliza-se de meios ou estratégias como **importante** e **interessante**. É praticamente impossível discutir o esporte sem incluir nesta discussão a influência da mídia, dos meios de comunicação, pois, a televisão, transforma simples notícias esportivas em grandes matérias, explorando na maioria das vezes as emoções do telespectador, buscando acentuar sua penetração em diferentes camadas da sociedade. A TV geralmente procura mostrar aquilo que ela pressupõe ser de interesse ou desinteresse do público.

A televisão caracteriza-se como um dos métodos de comunicação mais eficientes da atualidade, representando grande poder de abrangência populacional. Sua representatividade é capaz de estimular a reprodução do universo real, através de um simulacro do mundo que o indivíduo pertence, assumindo as imagens produzidas como se fossem sua vida real. As pessoas que assistem aos programas esportivos, na sua maioria, passam a viver as emoções através das imagens da televisão, tornando-se consumidoras de programas esportivos e, sendo estimuladas a passar mais tempo em frente a TV.

As informações veiculadas pelos meios de comunicação são formadas pelos valores-notícia que definem se o fato é ou não notícia e o grau de importância que será dado a ele. Assim, chamamos de valores-notícia as qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou ausência os recomenda para serem incluídos num produto informativo.

A aplicação e invocação dos valores-notícia surgem quando se avalia a noticiabilidade do acontecimento, ao apreciar se as suas características o tornam ou não merecedor de ser notícia.

Os valores-notícia referem-se: ao conteúdo da notícia; ao produto informativo; ao meio de comunicação; ao público; e a concorrência. O peso e a influência dos valores-notícia prolonga-se para o próprio público, o qual, contagiado e estimulado pelos critérios dominantes, acaba, em muitos, casos na sua avaliação da informação, por se socorrer desses mesmos critérios, e até exigí-los à mídia.

Portanto, este estudo centraliza-se na discussão qualitativa dos valores-notícia: quanto ao *conteúdo da mensagem*, que foram identificados nas reportagens veiculadas pelo Programa Esporte Espetacular nos períodos de 2001 e 2003, bem como identificar as mudanças na concepção e veiculação desses valores que permeiam a informação.

Metodologia

Através, desse estudo buscamos interpretar o discurso de um programa televisivo especializado em esportes e apontar possíveis repercussões para a área da Educação Física.

A pesquisa de caráter analítico-descritivo tomou por base dados de outra pesquisa, realizada em 2001, com o objetivo de analisar o conteúdo das notícias esportivas em

diferentes épocas e contextos, mas veiculadas em um mesmo Programa. Ambas foram desenvolvidas, no Laboratório de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física/ CEFD/ UFSM e a amostra constitui-se de 16 Programas Esporte Espetacular, gravados em dois períodos distintos: 07 de agosto a 30 de setembro de 2001 e 10 de agosto a 28 de setembro de 2003.

Para a realização da pesquisa e discussão dos dados, a análise constituiu-se de 3 etapas:

- a) Gravação dos programas e quantificação do tempo de cada reportagem veiculada;
- b) Classificação de cada reportagem, segundo Correia (1997) quanto ao conteúdo veiculado: *interessante* (interesse do público) e *importante* (interesse público);
- c) Análise e o Cruzamento dos resultados obtidos.

Diante dos resultados busca-se compreender e aprofundar as discussões das relações existentes entre os diversos conteúdos veiculados pelo Programa, baseados na classificação de Correia (1997).

Desenvolvimento

Ao definir o que é notícia e seu grau de importância é fundamental considerar o conceito de valores-notícia definidos por Golding e Elliot (apud Correia, 1997). Os valores-notícia referem-se:

- a) ao conteúdo da notícia;
- b) ao produto informativo;
- c) ao meio de comunicação;
- d) ao público;
- e) e a concorrência.

Neste artigo, buscou-se discutir e analisar o *conteúdo da notícia* que pode perspectivar segundo os pontos de vista da *importância* (de interesse público) ou do *interessante* (de interesse do público).

Quando se fala em *Importância ou Interesse Público*, remete-se a um certo caráter objetivo dos acontecimentos noticiados, as características substantivas das notícias. Esses acontecimentos para serem veiculados devem seguir alguns critérios como:

A) Posição hierárquica (mostra se a notícia esta ligada a uma personalidade/ídolo). Exemplo: Cobertura ao vivo da corrida de Fórmula 3, destacando um dos pilotos, Nelsinho Piquet, filho do ex-piloto Nelson Piquet. Esse aspecto contribuiu para que a Fórmula 3 apresentasse maior espaço de veiculação no programa em 2001, comparada a Formula 1. Percebe-se que a relação com pessoas famosas exerce influência na cobertura de determinados eventos, dando um enfoque maior do que normalmente se daria a este tipo de competição em outras situações.

B) Influência sobre o interesse nacional:

B.1) Geográfica:

Segundo Correia (1997) “o jornalista quando analisa a importância do acontecimento deve considerar o seu próprio juízo sobre o fato e a característica da mídia onde trabalha”. Portanto, pode-se dizer

que por ser o Programa Esporte Espectacular produzido no Rio de Janeiro (RJ) e, devido sua proximidade com o estado de São Paulo (SP), o programa veicula grande parte das informações priorizando os fatos acontecidos nesses dois estados, respeitando a influência regional. Pode-se exemplificar com as seguintes situações: as pesquisas, “*boca em boca*”, realizadas nas ruas em SP e RJ, com pessoas comuns e as entrevistas com os jogadores Romário (do Flamengo), Marcelinho Carioca (do Santos) e Vampeta (do Corinthians).

B.2) Psicológica:

A televisão consegue emocionar as pessoas como poucos outros meios de comunicação conseguem fazer, cada vez mais depara-se com cenas e histórias emocionantes, com músicas e imagens que emocionam. Destacam-se como exemplos: em 2001, o telespectador assistiu emocionado as imagens do acidente com o piloto de Fórmula Indy, Luciano Burt. Na matéria o jornalista demonstrava estar abalado psicologicamente, e não foi possível manter a imparcialidade diante dos fatos, pois, era amigo do piloto. A matéria ficou ainda mais emocionante quando mostrou imagens do piloto alegre nas pistas e no momento do acidente, despertando grande comoção nacional. Em 2003, o acidente que causou a morte do estudante de jornalismo na Stock Car chocou o público, e teve ampla repercussão no programa. As cenas tristes e violentas do acidente foram veiculadas inúmeras vezes, chamando a atenção para o fato ocorrido e para as investigações do acidente.

B.3) Temporal (atualidade):

Nesse item, aborda-se tudo que se refere a “*notícia da Hora*”, tudo que prender a atenção do telespectador por ser atual e contemplar as necessidades momentâneas de informação do público. Como exemplo podemos destacar, os jogos Pan Americanos e sua ampla cobertura, além da divulgação dos resultados, entrevistas e imagens.

B.4) Sócio-Profissional- Fatos relacionados a vida profissional:

Quase todos os programas traziam histórias, bem-sucedidas ou não, na maioria das vezes, de jogadores de futebol ou ex jogadores. Para exemplificar, cita-se duas histórias diferentes veiculadas na mesma matéria feita com exjogadores de futebol: a) Ney Dias, “um ídolo esquecido” que após deixar o futebol perdeu quase tudo e disse estar arrependido por não concluído os estudos; b) o goleiro Zetti que mesmo jogando continuou estudando e, hoje, tornou-se treinador de futebol. Esse tipo de reportagem busca incentivar a formação contínua, principalmente para os atletas que muito cedo abandonam a escola para se dedicar somente ao esporte ou carreira profissional. Em 2003, dois exemplos evidenciam esse item: 1) o retorno da jogadora Fernanda Venturini a seleção brasileira de vôlei; 2) a despedida do tenista Fernando Meligeni das quadras.

B.5) Sócio-Cultural:

O Futebol faz parte da cultura do brasileiro e para enfatizar isso, os programas exibem várias matérias sobre o esporte. Observou-se no conteúdo analisado que mesmo crianças cegas, encontraram uma forma adaptada para jogar futebol, mostrando que a paixão pelo futebol supera os problemas físicos e/ou psicológicos. O programa ressalta o nacionalismo brasileiro, mostrando, paralelamente, a cobertura de eventos esportivos, imagens dos pontos turísticos e aspectos da cultura local. Como exemplo temos a

competição de Kite Surf (Surf com vela) em Porto de Galinhas (PE).

B.6) Política-Ideológica:

Quando as matérias fazem referência a notícias que mostram acontecimentos que podem perturbar ou até mesmo modificar comportamentos. Usa-se a reportagem que mostrou a apreensão dos pilotos de Fórmula1 em correr nos EUA, algumas semanas depois do atentado as Torres Gêmeas em Nova York, ligando o esporte a um fato político-econômico e social.

C) Número de indivíduos envolvidos no acontecimento:

Em 2001 (período de eliminatórias da copa do mundo), os programas exploraram a questão da convocação ou não do jogador Romário pelo técnico Luis Felipe Scolari, da Seleção Brasileira de Futebol. Enfatizou a opinião de técnicos e comentaristas esportivos, além de pesquisas interativas, nas ruas, das principais capitais do país. Neste caso, a mídia tentou utilizar a opinião “da maioria” como uma forma de pressionar a convocação do atleta que estava tendo bom desempenho no Campeonato Brasileiro e ao mesmo tempo a Seleção não estava em uma situação muito favorável para a classificação. Em 2003, o destaque foi o Panamericano, que envolveu um grande número de pessoas entre eles atletas, treinadores, jornalistas e telespectadores.

A mídia ressaltou os esportes mais difundidos no Brasil (basquetebol, futebol, voleibol, natação), contudo, esportes como a ginástica olímpica e os saltos ornamentais, pouco evidenciados pela mídia, em função dos bons resultados na competição, receberam grande destaque.

D) Relevância e significatividade do acontecimento quanto a evolução futura de uma determinada situação:

Todos os programas deram ampla cobertura ao Campeonato Brasileiro e as Eliminatórias para a Copa do Mundo. Isso deve-se ao fato de que esses dois campeonatos prolongariam-se por um longo tempo, podendo ser assunto para várias reportagens. No caso das Eliminatórias explica-se por ser um evento mundial, super valorizado pelos brasileiros, principalmente, em um momento de crise da seleção, no qual ela ainda buscava a classificação. Em 2003, o programa acompanhou a construção da vila Olímpica em Atenas, sede dos Jogos Olímpicos de 2004, bem como, a sua repercussão na comunidade daquele país.

2) Interesse do Público ou Interessante

Ao discutirmos o valor interesse, devemos considerar que esse não tem a ver com o significado político, social e cultural do acontecimento, mas com a capacidade que este tem na opinião dos jornalistas, de suscitar a curiosidade e prender a atenção do público.

Acontecimentos interessantes que podem chamar a atenção do público:

A) História de gente comum em situação insólita:

A sociedade moderna impõe um ritmo de vida acelerado à uma grande parcela da população que almeja quebrar a rotina praticando atividades que exijam superação de limites e muita adrenalina. Como exemplo, a matéria que mostrou a realização do sonho de um rapaz que desejava dar “piruetas” no ar a bordo de um avião. Para a maioria das pessoas assistir a alguém realizando o seu sonho e, principalmente, se aventurando faz com que elas se projetem nestas aventuras e divirtam-se também, mesmo que seja só como

telespectadoras. Em 2003, no aniversário de 30 anos do Esporte Espetacular, a produção do Programa realizou o sonho de um taxista, fã do ex-jogador de futebol Renato Gaúcho, proporcionando um encontro entre eles.

B) Homem/Mulher público surpreendido (a) no dia-a-dia da sua vida:

Quando a televisão exhibe cenas do cotidiano dos atletas ou ídolos do público. Um exemplo é a reportagem com a jogadora de vôlei de praia Jaqueline, que abriu as portas do seu guarda-roupa ao programa Esporte Espetacular e faz um desfile com suas roupas preferidas. É uma maneira de aproximar o público dos ídolos e satisfazer a curiosidade dos telespectadores. Em 2003, um dos programas veiculou reportagens sobre a vida pessoal e profissional do lutador de boxe Arcelino de Freitas, o “Popó”, com chamadas ao vivo, direto da casa do atleta em Salvador, durante a sua festa de aniversário.

C) História em que se verifica inversão de papéis:

Durante a Meia Maratona Internacional do Rio de Janeiro engana-se quem pensou que o enfoque principal foi a corrida, pois, na verdade foi a cobertura dada aos dois jornalistas do Esporte Espetacular que participaram da Meia Maratona. Assunto que originou outras matérias. A reportagem durou 1 hora e 43 minutos, sendo transmitida ao vivo. Tratando-se da Televisão, a quantidade de tempo de transmissão que uma notícia pode ocupar depende, principalmente, do modo como ela é apresentada. Em 2003, pilotos de corrida e a equipe feminina de ginástica Olímpica se divertem invertendo seus papéis.

D) História do Interesse Humano:

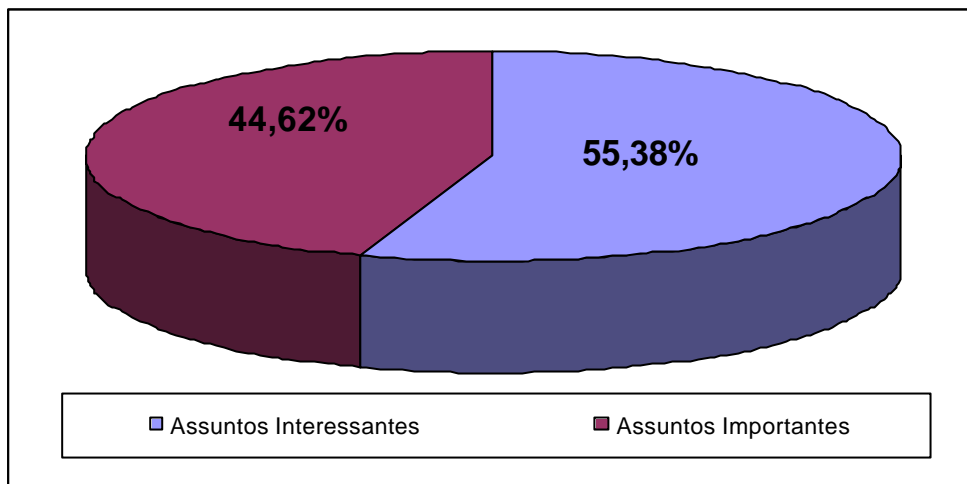
Nada prende mais a atenção dos telespectadores do que conhecer um pouco mais da vida de seus ídolos. Personalidades famosas como o jogador de futebol Ronaldo, conhecido mundialmente como o “fenômeno”, despertam grande interesse do público e da imprensa, o que faz aumentar a audiência do programa quando notícias ligadas ao jogador são veiculadas.

E) Histórias de feitos excepcionais e heróicos :

A pesquisa interativa realizada pelo programa, para conhecer quem é o melhor- Senna ou Schumacher, evidenciou que a imagem do tri-campeão mundial Ayrton Senna, morto num acidente, em 1994, foi imortalizada pelo público, sendo apontado como o melhor piloto de Fórmula 1, ficando à frente do Penta Campeão Mundial Michael Schumacher. Algumas pessoas do esporte mundial transpõem a condição de atletas, tornando-se heróis, entre eles, os jogadores de futebol Pelé e Ronaldo, e o piloto Ayrton Senna.

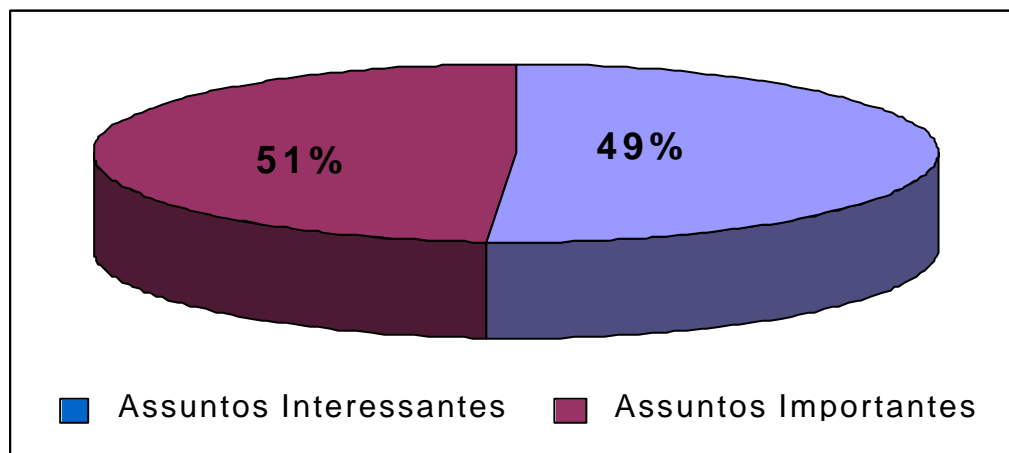
Apresentação e Discussão dos resultados

Resultado dos Programas veiculados em 2001:



- Nos oito Programas analisados foram apresentadas 19 modalidades esportivas, com tempo total de 14 horas e 39 minutos. Os programas priorizavam eventos ao vivo, com matérias de cunho nacional e internacional.

Resultados dos Programas veiculados em 2003:



- Foram analisados oito Programas, com 34 modalidades esportivas e tempo total de 16 horas e 52 minutos. Os programas priorizavam eventos ao vivo, com matérias de cunho nacional e internacional.

Interesse público e Interesse do público - Conforme análise dos programas, em 2001, as matérias classificadas *interessantes* representaram 55,38% do tempo total dos programas, e as matérias classificadas como *importantes* 44,62%. Em 2003, as matérias *interessantes* representaram um total de 49% enquanto, as *importantes*, ganharam mais espaço na programação do Esporte Espetacular, 51%.

Pode-se considerar que a veiculação de notícias consideradas *importantes* tenha aumentado em

função de alguns aspectos, entre eles: 1) ampla cobertura de eventos esportivos nacionais e internacionais; 2) divulgação de resultados dos Jogos Pan Americanos; 3) notícias relacionadas a pessoas famosas e fatos atuais; 4) Em 2001, o número de eventos esportivos transmitidos, ao vivo, foi menor se compararmos como ano de 2003, pois durante os Jogos Pan Americanos várias disputas aconteceram no mesmo horário de veiculação do Programa o que facilitou e aumentou o número de transmissões ao vivo.

Em relação aos conceitos definidos por Correia (1997), observou-se que o programa privilegia as notícias interessantes e faz que muitas matérias importantes recebam uma abordagem interessante, pois devemos considerar o horário que o programa é veiculado, o perfil e o interesse do público que o assiste. Ao compreender o que o telespectador deseja assistir, busca-se através das notícias seja interessantes, seja importantes, ampliar a audiência e modelar o Programa conforme o interesse do público.

Considerações finais

A discussão das relações entre esporte e mídia é relevante e atual, não apenas no que tange a formação profissional em Educação Física e/ou Comunicação Social, mas em toda a problemática que envolve o esporte e a sociedade contemporâneos.

Parece relevante tematizar o discurso da mídia esportiva e proporcionar para a sociedade o acesso a instrumentos e técnicas que lhe permita uma leitura crítica das mensagens veiculadas pelos meios.

A televisão dá espaço para a programação esportiva, e essas notícias podem ser informativas e atuais: quem ganhou, quem perdeu, quem é o líder, quem foi vendido ou contratado. Podem contar histórias das partidas, das corridas, dos campeonatos. A notícia cria expectativas (qual time será o campeão? Quem será o artilheiro?) e justifica essa expectativa criada; invoca razões técnicas, táticas e psicológicas, ou então a sorte, o azar ou o imprevisto. Enfim, fala de tudo, desde a gravidez da atleta campeã, passando pelo hotel em que se hospedará a seleção brasileira, o desfile de moda da Jogadora de vôlei até a corrida de jegues em pleno Sertão brasileiro.

Pela televisão, o objeto é apresentado em tempo real - daí o sensacionalismo da transmissão “ao vivo”. O esporte molda-se, perfeitamente, a forma dessa nova linguagem das imagens; tudo é instantaneidade, ação e velocidade. Uma consequência é a fragmentação do fenômeno esportivo, pois, a televisão seleciona imagens esportivas e as interpreta, propõe um certo “modelo”, do que é esporte e do que é ser esportista, mas, sobretudo fornece ao espectador a ilusão de entrar em contato direto com a realidade.

Em 2001, durante a gravação dos programas, o futebol foi à modalidade esportiva mais veiculada, afirmando sua supremacia nacional. Nesse período, a Seleção Brasileira de Futebol disputava uma vaga para a Copa do Mundo de 2002, o que influenciou no conteúdo das reportagens, as quais referiram-se na sua maioria aos jogos das Eliminatórias, resultados, especulações sobre convocação de jogadores e apelos emocionados da torcida brasileira.

Em 2003 o período selecionado foi contemplado pelo Pan Americano, onde o esporte Rendimento foi o mais veiculado, contemplando esportes pouco difundidos no Brasil, mas que ao alcançar resultados positivos tiveram grande espaço na mídia.

Considerando os conceitos de valor notícia (Correia, 1997), foco principal desta pesquisa, destaca-se que o *valor-notícia interessante* foi o mais destacado em 2001. Observa-se uma certa submissão da informação à informação-espetáculo, relacionada ao critério concisão ou brevidade, que apresenta três partes fundamentais: a) facilita a apreensão da mensagem; b) a audiência é maior; c) proporciona maior diversidade de matérias no Programa.

Deve-se considerar também que a mídia, busca através da informação-espetáculo conquistar o público e manter a audiência, portanto inclui algo que surpreenda, que choca. Ao conhecer o público e o que ele gosta de assistir, a televisão busca nas matérias *interessantes* envolver e manter os telespectadores no Programa. Acredita-se que boa parte da sociedade brasileira acostumou-se a receber a informação lapidada, passando a aceitá-la, sem questionamento, em qualquer mídia. As notícias de interesse público (importantes) no Programa Esporte Espetacular diminuíram se comparados os dados das pesquisas realizadas em 2001 e 2003. Os motivos merecem novos estudos, pois as inferências que buscam justificar as causas, em sua maioria, estão baseadas apenas no senso comum. Entre elas a questão de ampliar e manter a audiência, em relação ao concorrente, e o de ampliar o nível de satisfação de programas de entretenimento, tendo em vista que a sociedade busca novas formas de lazer na própria casa através das novas tecnologias de informação e comunicação (TICs), considerando a falta de segurança, principalmente nas grandes cidades.

Durante a gravação dos Programas em 2003 estavam sendo disputados os Jogos Pan Americanos e, mesmo entre tantas modalidades esportivas, o futebol ratificou sua hegemonia na imprensa brasileira, sendo, novamente, a modalidade mais veiculada pelo Esporte Espetacular. Como já é tradição, foram veiculadas notícias *interessantes* como resultados de jogos, histórico e matérias e entrevistas com atletas, e notícias *importantes*, quando abordadas questões como a economia, por exemplo (o quanto determinado segmento da indústria cresce quando estão em disputa eventos que envolvem o futebol).

Por outro lado, houve um aumento significativo no número de modalidades esportivas veiculadas. Em decorrência do horário dos jogos Pan Americanos (realizados durante o horário de veiculação do programa), as transmissões *ao vivo* ganharam destaque, o que aumentou o número de matérias consideradas importantes. Diferentemente, do que acontecia em 2001, quando as partidas de futebol eram disputadas em outros horários.

Percebe-se que nos Programas veiculados em 2003 o crescimento das notícias *importantes* foi resultado das constantes transmissões ao vivo. Contudo, as notícias *interessantes* também ocuparam grande espaço. Pode-se inferir que as notícias *importantes* agregam o valor interessante no seu conteúdo e que o Programa Esporte Espetacular, busca além de informar o público ser uma referência enquanto meio de entretenimento.

Considerando a análise realizada, e mesmo utilizando referencial teórico específico, devemos afirmar que sempre há um limite claro entre o que é importante (interesse público) e interessante (interesse do público) em função de análises subjetivas. Além do repertório individual do pesquisador (valor, crenças, habilidades, cognições), devemos considerar o repertório individual do receptor, quando analisamos questões como essas.

Pelos Programas analisados, observa-se que cada vez é mais freqüente, nos meios de comunicação, a

sobreposição, de que fala Bourdieu, do “pólo comercial” sobre o “pólo cultural”. Dessa forma, a mídia utiliza abordagens capazes de atrair e prender o interesse do público. Para Correia (1997), muitas notícias espetaculares, mas banais valorizam-se mais do que outras mais importantes.

A importância das notícias também se define a partir de critérios como: equilíbrio, atualidade e novidade, e são esses elementos que fazem com que um certo acontecimento mereça destaque hoje. No dia seguinte é ignorado ou excluído. Pode haver algo mais interessante ou mais importante. Como muitas vezes é necessário considerar a harmonia global da matéria, nem sempre o que é mais importante é veiculado. Não raras vezes, a mensagem veiculada se fixa nos acessórios e não no que é essencial, pois a mídia para aproveitar uma boa imagem (muitas vezes sugeridas pelo público) recria, em torno do acontecimento, uma história recheada de aspectos importantes, que possa justificar a utilização das imagens, ainda que a relação entre uma e outra se revele fraca.

Outras vezes, procuram encontrar nos assuntos ditos importantes formas de tratamento que sob o pretexto da busca por novos ângulos privilegiem, segundo um entendimento adulterado, o valor notícia interessante.

Os meios de comunicação apelam aos interesses mais elementares da massa, demonstrando, em geral, pouca preocupação educativa. A imprensa tem se caracterizado muito mais como formativa do que educativa. Para contribuir efetivamente com a educação, seria necessário que a mídia (e sobretudo a televisão) destinasse um espaço maior para a programação educativa, mesmo que não seja tão atrativa para o público, principalmente, no horário do Esporte Espetacular (seria uma questão de educar para uma nova realidade). A televisão, na maior parte das vezes, contrata comunicadores de renome nacional e internacional para apresentar os programas, para exaltar ídolos, explorando fatos da vida profissional e pessoal, porque eles, para a maioria da sociedade passam credibilidade e confiança.

Tratando-se de televisão, podemos afirmar que ela, assim como a mídia em geral, pode levar ao consumismo e ao sedentarismo e por consequência a obesidade. Aos poucos, as pessoas podem se transformar em consumidoras de produtos veiculados (com destaque aos esportivos e as atividades físicas que envolvem a natureza) e em pessoas sedentárias e conformistas com a realidade veiculada. É preciso clareza e senso crítico para discernir o que é bom e o que é ruim. Os atletas são personalidades idolatradas e copiadas pelas crianças e jovens do mundo inteiro. Podem levar seus seguidores ao sucesso ou não. As competições despertam sentimentos de patriotismo, de raiva, de amor, alegria e euforia. Proporcionam emoção.

Os esportes de alto nível representam grandes fontes de audiência para aos meios de comunicação, porque são atrativos e conseguem captar a atenção do público. Os veículos de comunicação compreendem isso e enfatizam transmissões esportivas na sua programação.

É necessário que a televisão por ser o meio de comunicação mais consumido atualmente, proporcione momentos de reflexão e incentive as pessoas a discutirem mais sobre os esportes e compreender o real sentido do que é esporte, veicular diversas modalidades esportivas e não apenas se restringir a exibir aquelas que estão em evidência no momento, como acontece com o futebol que sempre aparece na mídia e populariza-se cada vez mais com isso. O programa deve estimular a prática regular de exercícios físicos para a manutenção e melhoria da qualidade de vida e esclarecer dúvidas do público com explicações e orientações de especialistas sobre o assunto.

Pretende-se ao finalizar esse estudo sugerir a inclusão dos temas esporte e mídia nas futuras intervenções profissionais, em áreas que se dispõem a discutir a sociedade sob o viés interdisciplinar. Este trabalho, bem como seus futuros desdobramentos, tem como objetivo contribuir para que as pessoas possam observar e absorver o discurso veiculado pela televisão de maneira mais crítica e consciente e de sugerir aos Cursos de formação de futuros profissionais da Comunicação e da Educação Física/Esporte, a inclusão de conteúdos que tratam do valor-notícias, de modo que os jornalistas e professores estejam instrumentalizados e preparados para engajar-se num processo mais amplo de informação e educação, que valoriza e sobretudo estimula a utilização das novas tecnologias da informação e da comunicação.

Bibliografia

AMARAL, F., C., S. As mensagens do corpo e atividade física: um estudo descritivo sobre as mensagens veiculadas pela televisão e o discurso de praticantes de atividades físicas. IN: **Revista Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física**. Santa Maria: CEFD/UFSM, 1998;

REVISTAS COMUNICAÇÃO, MOVIMENTO E MÍDIA NA EDUCAÇÃO FÍSICA. Centro de Educação Física e Desportos: Santa Maria: UFSM, 1998, 1999, 2000 e 2001.

BAHIA, J. **Introdução à comunicação empresarial**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995;

BELLONI, M. L. **O que é mídia – Educação**. Campinas, São Paulo: Autores Associados, 2001;

BETTI, M. **Revista Brasileira de Ciências do esporte**. V. 20, nº 2 e 3, 1999;

_____. **A Janela de Vidro: esporte, televisão e Educação Física**. Campinas, SP: Ed. Papyrus, 1998;

COELHO, P.V. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.

CORREIA, F. **Os jornalistas e as notícias**. Lisboa: Editorial Caminho, 1997;

FAZENDA, I. **Integração e interdisciplinaridade no ensino brasileiro: efetividade ou ideologia**. São Paulo: Loyola, 1993;

HATJE, M. **Grande Imprensa: Valores e/ou características veiculadas por jornais brasileiros para descrever a participação da seleção brasileira de futebol na Copa do Mundo de 1998**: Tese de Doutorado. Centro de Educação Física, UFSM, 2000.

LUCENA, R.de F. e SOUZA, E.F. **Educação Física, esporte e sociedade**. João Pessoa: Editora Universitária, 2003.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

SANTIN, S. **Educação Física: Educar e profissionalizar**. Porto Alegre: Est, 1999.

SOUZA, J.P. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó, SC: Argos, 2002.

WOLF, M. **As teorias do jornalismo**. Lisboa: Presença, 1987.

ZAMBONI, L.M.S. **Cientistas, jornalistas e a divulgação científica: subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica**. Campinas: Autores Associados, 2001.