ESPORTE-ESPETÁCULO E SOCIEDADE: ESTUDOS PRELIMINARES SOBRE SUA INFLUÊNCIA NO ÂMBITO ESCOLAR

Eduardo Fantato Rodrigues

Acadêmico FEF/Unicamp

Prof. Dr. Paulo Cesar Montagner

Faculdade de Educação Física/Unicamp

Resumo

Esse artigo busca compreender o fenômeno do Esporte-Espectáculo, estabelecendo relações com o desenvolvimento histórico e as suas transformações na sociedade, mais especificamente suas relações com o esporte escolar. Inicialmente observou-se a interação da sociedade com o esporte reportando-se para a compreensão de como o Esporte-Espectáculo influencia determinado segmento social, estabelecendo conexões entre os meios de informação, o Esporte-Espectáculo e a Educação Física Escolar, sobretudo, em crianças e adolescentes no seu processo de formação. Os principais autores estudados auxiliam na compreensão do fenômeno esportivo e suas múltiplas possibilidades, também discorrem sobre suas relações nos aspectos políticos, econômicos e culturais da sociedade.

PALAVRAS-CHAVES: Esporte, Esporte-Espectáculo, Educação Física Escolar, Meios de Informação.

Apresentação do Tema

Ao falarmos do fenômeno esportivo temos que ficar atentos a sua interferência sobre a sociedade e também à suas transformações e abordagens decorrentes da própria sociedade. Entender como a sociedade está construída hoje, ou seja, como estabelece, cria e desenvolve suas ações e relações, significa, sobretudo, compreender os vários componentes históricos que se desenvolveram em si mesma, isto é, os aspectos que surgiram, modificaram ou foram modificados pela própria sociedade: fenômenos políticos, econômicos, culturais, sociais, entre outros.

Olhar para o esporte atual e conceituá-lo como um fenômeno de múltiplas dimensões, implica em observar como sua evolução se correlaciona com esses fenômenos. Se hoje o esporte moderno, que é facilmente diagnosticado, entre outros, como esporte-espetáculo e exerce influência direta na sociedade, é porque foi constituído imerso em transformações e desenvolvimento dos fenômenos citados, mantendo, no entanto suas características autônomas, e ainda que tenha sua história autônoma, é por ter crescido no interior dessa

sociedade. Assim, vários são os “recortes” possíveis para sua observação (BOURDIEU, 1983).

O Esporte atualmente apresenta diferentes conceitos e finalidades como podemos verificar na Lei nº 9.981, de 14 de julho de 2000:

Capítulo III - Da Natureza e das Finalidades do Desporto

Art. 3º O desporto pode ser reconhecido em qualquer das seguintes manifestações:

I - desporto educacional, praticado nos sistemas de ensino e em formas assistemáticas de educação, evitando-se a seletividade, a hipercompetitividade de seus praticantes, com a finalidade de alcançar o desenvolvimento integral do indivíduo e a sua formação para o exercício da cidadania e a prática do lazer;

II - desporto de participação, de modo voluntário, compreendendo as modalidades desportivas praticadas com a finalidade de contribuir para a integração dos praticantes na plenitude da vida social, na promoção da saúde e educação e na preservação do meio ambiente;

III - desporto de rendimento, praticado segundo normas gerais desta Lei e regras de prática desportiva, nacionais e internacionais, com a finalidade de obter resultados e integrar pessoas e comunidades do País e estas com as de outras nações.

Essas naturezas e finalidades são entendidas na perspectiva teórica de Bourdieu (1983), do conjunto de práticas e consumos esportivos oferecidos aos agentes sociais sob forma de uma oferta ajustada a uma certa demanda social, isto é, diferentes práticas e consumos, de forma diversificadas, são oferecidos como possibilidades do fenômeno em questão.

A legislação prevê o esporte sob as forma de participação, educacional e rendimento, ou seja, o mesmo fenômeno possui várias relações com a sociedade. Tubino (1992) ratifica que o esporte possui diferentes interpretações em suas relações com outras ativida-

des, descrevendo ainda o Esporte – Educacional como mais um meio para formação de cidadania; Esporte Popular fundamentado no sentido participativo, espontâneo, comprometido com o bem estar social e qualidade de vida e o Esporte de Rendimento cercado por interesses comerciais visando o espetáculo, vitória a qualquer custo. Podemos perceber ainda outras possibilidades do esporte, quando tratamos de pessoas portadoras de necessidades especiais, reabilitação fisioterapêutica ou terapêutica, e outras manifestações que partem do esporte.

O que estamos chamando de Esporte-Espetáculo é o desporto praticado no alto rendimento, que é reproduzido por diferentes meios de informação, sendo o mais poderoso a mídia eletrônica (rádio, televisão, internet) para o esporte educacional e para o participativo.

O Esporte-Espetáculo, ou seja, a mercadorização do esporte tem influenciado nas outras manifestações esportivas presentes na sociedade. O Esporte-Espetáculo é um fenômeno inserido em uma sociedade de consumo e comunicação de massa organizada de tal maneira a difundir sons, imagens e informações, configurando-se meio de reproduzir a sociedade de consumo. Para ilustrar podemos observar, baseando-se em Betti (1998), o programa esportivo na escola, que introduz a competição com o objetivo de produzir atletas ou ainda consumidores do esporte.

Para entender, de forma mais aprofundada, o conceito de Esporte-Espetáculo, tomamos como definição os traços teóricos elementares descritos por Proni (1998, p. 85):

1. referem-se a competições esportivas organizadas por ligas ou federações, que reúnem atletas submetidos a esquemas intensivos de treinamento (no caso de modalidades coletivas, a disputa envolve equipes formalmente constituídas);
2. tais competições esportivas tornaram-se espetáculos veiculados e reportados pelos meios de comunicação de massa e são apreciadas no tempo de lazer do espectador (ou seja, satisfazem a um público ávido por disputas ou proezas atléticas); e
3. a espetacularização motivou a introdução de relações mercantis no campo esportivo, seja porque conduziu ao assalariamento dos atletas, seja em razão dos eventos esportivos apresentados como entretenimento de massa passarem a ser financiados (pelo menos em parte) através da comercialização do espetáculo.

Notamos que a evolução do esporte esta intimamente relacionada com o desenvolvimento dos fenômenos sociais, que os vários recortes inerentes ao esporte se relacionam e tem forte poder de influência na sociedade. Tubino (1987) afirma ainda, que cada época tem seu esporte e a essência de cada povo nele se reflete.

Um dos recortes possíveis é a conotação que o esporte-espetáculo adquire no âmbito escolar, sobretudo considerando adolescentes, período (faixa etária/educacional) em que suas relações com o esporte tomam uma forma mais consistente no que se refere ao desenvolvimento tanto da prática como da análise crítica e reflexiva (PAES, 1996).

É possível, ainda que trabalhando no campo das hipóteses, identificar que o esporte-espetáculo tem sido um significativo influenciador em crianças e adolescentes. O que não sabemos, ou ainda, poucas pesquisas identificam, é como essas relações se estabelecem, isto é, como o esporte-espetáculo interage com crianças e adolescentes.

Na perspectiva do esporte-espetáculo e sua interação com a sociedade, abordando aspectos como os meios de comunicação e a mercadorização do esporte é possível apontar para um determinado segmento social - crianças e adolescentes - e para uma 'agência' de fomento esportivo - a escola através da Educação Física - preocupando-se com a lógica do esporte-espetáculo: o consumo de bens e entretenimento, conduzidos por conceitos de marketing e administração do esporte, que vêm nas crianças e adolescentes "potenciais consumidores" e a Educação Física escolar que hoje na maioria das vezes funciona como uma reprodutora desses aspectos, sem desenvolver uma análise crítica sobre esse fenômeno.

Do Esporte ao Esporte-Espetáculo: "Recortes Teóricos" Sobre sua Trajetória na Sociedade

O esporte até chegar a sua forma atual de espetáculo teve vinculado seu desenvolvimento com momentos e transformações sociais, políticas, econômicas e culturais.

Até início do século XVIII, conforme encontramos em Elias e Dunning (1992) o controle político era delineado pela opressão e imposição violenta do poder. Os jogos ancestrais e populares eram geralmente rituais religiosos, lutas e combates físicos de extermínio.

No final do século XVIII e na transição para o século XIX, começaram a aparecer princípios do parlamentarismo na Inglaterra (assembléias dos lordes, etc), fazendo com que os atos de repressão violenta fossem dando espaço para condutas e códigos "cavalheiros", respeitando-se o poder e controle da oposição política ou social.

Uma nova classe social, a classe burguesa, emerge no cenário político e econômico. Sua consolidação foi caracterizada na distinção clara das condutas e requisitos primordiais para a padronização dos membros da classe: estilo de vida e cultura de classe média; atividade ociosa, principalmente o esporte e a educação formal. Tendo esses aspectos e, sobretudo a educação formal um fim de demonstração do estilo de vida, onde o conteúdo não era utilitário, dando espaço também para o esporte dentro das grandes escolas.

As disputas de ordem política e social sofreram um processo de normatização e pacificação, substituindo-se a essência violenta (ELIAS e DUNNING, 1992). Bourdieu (1983) fala que os indivíduos passaram a ter liberdade para associar-se em clubs, grupos de

mesmos interesses, para desenvolver diversas atividades, entre elas as práticas esportivas/passatempos, seja como praticantes ou espectadores. Ao mesmo tempo as grandes escolas inglesas passaram a oferecer práticas esportivas sob forma de passatempo. A partir do momento em que estas instituições realizam trocas esportivas, ou seja, troca de experiências relacionadas às práticas corporais, começa-se uma padronização dessas práticas, até então diferente em cada Instituição.

Com origem nos jogos ancestrais/populares, porém com outros significados, as práticas oferecidas nas grandes escolas inglesas tiveram como uma das intenções ocupar os jovens que estavam sob sua responsabilidade redirecionando sua agressividade para essa prática, cujo fim está em si mesma.

Com a liberação e necessidade do associativismo¹, uma vez que a classe burguesa precisava permanecer mobilizada, e com o aumento do tempo ocioso da elite social, os passatempos esportivos se caracterizaram como uma prática despreocupada desta elite, sendo mais uma forma de acúmulo de capital social, cuja finalidade é a manutenção da saúde, tendo o corpo como um fim.

O surgimento de uma cultura operária se opondo ao modo burguês, lutando pela redução da jornada de trabalho, junto a uma urbanização que gerava mais espaços públicos, e os novos conceitos e valores sociais, oriundos do recente processo industrialização e modernização, tornaram a prática esportiva, os passatempos, um instrumento de ocupação do tempo livre. No entanto, o significado desta prática para essas classes sociais era outro, o corpo foi o meio, caracterizando-se em uma prática mais viril.

Na transição para o século XX, Elias e Dunning (1992) dizem que a sociedade estava constantemente sobre controle de suas tensões, instintos e sentimentos, e o esporte configura-se numa forma de descarregar esses sentimentos de maneira normatizada e regrada, em uma forma de auto-controle.

Em Bourdieu (1983) percebemos que os conflitos políticos e sociais passaram a ser representados pelo número de representantes nas assembléias, pela maioria de interesses comuns. No esporte os conflitos configuram-se no embate entre amadorismo (prática da elite – nobres atributos do caráter humano) e profissionalismo (prática popular e forma de ascensão social - vocação para o espetáculo)

O esporte a partir da difusão da ocupação do tempo livre e do embate “*profissionalismo x amadorismo*” começou a desenvolver novas formas e modalidades, atendendo uma demanda: novos e diferentes perfis dos praticantes (BOURDIEU, 1983).

As transformações sociais e culturais que se instalaram pós-industrialização estavam baseadas nos conceitos de padronização e racionalização, tendo no advento de regras universais e na aquisição da autonomia das práticas esportivas a reprodução de seus fundamentos.

¹ Associativismo : grupos de pessoas que se reúnem com objetivos de desenvolver atividades comuns, culturais e sociais, independentemente do Estado, com fins específicos, qual os membros aderem livremente. Até o período acima citado, essa prática era coibida pelo Estado, e o esporte através dos clubes contribuiu para sua consolidação .

A sociedade então desenvolve novos conceitos e significados culturais como competição, êxitos sociais, méritos individuais, oportunidades, descritos por Allen Guttman (1978) pelas seguintes características dessa nova fase da sociedade: secularismo, equidade, quantificação, organização burocrática, racionalização e especialização. O esporte reproduz e reforça esses novos valores, essa busca de eficiência, a busca do inatingível (via Faustiana²). Trata-se de um ajuste as demandas do mundo moderno.

As relações sociais começam a ser norteadas por princípios do liberalismo econômico, como notamos em Charles Wright Mills citado por Proni (1998, p. 51):

A concorrência era o processo pelo qual os homens ascendiam e caíam, e a economia se mantinha harmônica. No entanto, nessa era de liberalismo clássico, a concorrência não foi apenas um mecanismo de regulamentação da economia capitalista ou somente uma garantia da liberdade política. A concorrência era um meio de produzir indivíduos livres, o campo de prova para heróis, em que cada um vivia a legenda do homem independente. Em todos os setores da vida, além do mercado econômico, o liberalismo imaginou homens independentes competindo livremente para a vitória do mérito e o desenvolvimento do caráter: o casamento por contrato livre, a igreja protestante, a ascensão voluntária, o Estado democrático, com seus sistemas de partidos competitivos. A concorrência foi o modo pelo qual o liberalismo se integrou na história, foi também a característica essencial de seu estilo de vida clássica.

No início do século XX a dinâmica sócio-cultural aponta que o consumo de bens de luxo, que era restrito a nobreza estende-se para a classe média difundindo um estilo de vida consumista. À medida que se difundem os princípios liberais, o esporte é marcado pelo fortalecimento de competições profissionais e por sua internacionalização.

Situando-se no momento posterior a Segunda Guerra Mundial, observamos que ocorre um processo de mercantilização cultural, simultâneo a significativas mudanças nas estruturas sociais, políticas e econômicas. Um novo padrão de produto e consumo, encabeçado pelos Estados Unidos, cujos valores exacerbam o individualismo, a vida privada, incentivando a competição profissional e social (status) emerge

² Baseando-se no herói literário Fausto, mitificado em poema por Goethe. Fausto movido pela ânsia de absorver toda a experiência do mundo, faz pacto com o demônio Mefistófeles afim de buscar o que era inatingível, e mesmo alertado por Mefistófeles que essa façanha era realizável apenas por deuses, Fausto permaneceu em busca de seus objetivos. Encontramos maiores esclarecimentos em "As Máscaras de Deus" do Joseph Campbell e "A Literatura Alemã" de Otto Maria Carpeux.

dando impulso ao consumismo e comunicação em massa.

Proni (1998) menciona que a redução da jornada de trabalho, produção em série, acúmulo de capital “desembocam” em uma produção e consumo massificados, e na intensificação dos meios de comunicação de massa. As populações urbanas passam a desfrutar de padrões superiores ao que possuíam em outros períodos, com (liberdade individual de consumo). A prática esportiva passa a ganhar importância como representação social, como afirmação do sucesso pessoal e como vitrine numa sociedade onde o status/sucesso ganha cada vez mais valor. A difusão de hábitos e práticas esportivas, Bourdieu (1983) afirma, criam modelos e estilos de vida esportivos (novos comportamentos/difusão de gestos).

Inserido numa sociedade de consumo e comunicação de massa, onde a informação é um bem precioso, transformando em mercadoria todos os aspectos possíveis inerentes ao indivíduo, o esporte amplia suas estruturas mercantis ao ser organizado em federações e ligas (consequência do associativismo), com o objetivo de dar maior uniformidade dos eventos esportivos. Esse processo de modificações no esporte é extremamente relacionado às transformações do esporte em mercadoria. Proni (1998, p.87) faz referência a educadora Ana Maria Souza, para relatar o fenômeno do esporte, que:

“[...] enquanto fenômeno da cultura, é expressão da ludicidade, socialização e comunicação que, uma vez na forma esportiva, permitem ao homem efetivação e aferição da auto-superação de suas capacidades humanas. A partir do momento em que assume a forma de espetáculo, praticado para uma assistência pagante e ligado a um capital comercial, com vistas à reprodução deste mesmo capital, o esporte passa a ter características de uma mercadoria e a possuir um valor-de-troca que será determinante para sua história. Esse fenômeno de mercadorização já foi observado também em outras áreas relacionadas à cultura [...]”

A difusão dos meios de comunicação é uma grande propulsora do esporte-espetáculo. O consumo passivo intensificado pelos meios de comunicação de massa expande-se de forma significativa com o advento da televisão e da difusão de transmissões, contribuindo para a valorização do esporte como espetáculo e como um veículo de propaganda e comunicação, refletindo um princípio capitalista: sistemas de trocas e interesses. Os sociólogos Barry McPherson, James Curtis e John Loy foram citados por Proni (1998, p. 93) para reforçar o poder da televisão no esporte dizendo:

Antes do domínio da televisão, mudanças nas regras, estrutura e calendário foram introduzidas para aperfeiçoar o esporte ou incrementar a assistência das

partidas. A partir do momento que o controle econômico deslocou-se para a televisão, mudanças foram introduzidas para agradar os telespectadores ou gerar mais receita com propaganda. [...]

Como o esporte se tornou um segmento importante da programação de redes de televisão aberta e a cabo, assim como da cobertura de jornais diários e de muitas revistas, a mídia tem-se tornado crescentemente dependente do esporte. A mídia necessita preencher o tempo de transmissão e o espaço das colunas. [...]

O esporte profissional tem algum controle sobre a mídia, embora a maior parcela do poder esteja claramente nas mãos da mídia.

Já na segunda metade do século XX, as inovações tecnológicas e o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa proporcionaram uma proliferação de campos de trabalho, relacionados com os ideais consumistas: publicidade, design, marketing – elos entre a produção em série e o consumo em massa. O consumo associado ao esporte está vinculado ao consumo de práticas/hábitos informais (indústria esportiva); consumo de serviços e consumo de espetáculo.

O marketing que surge e se desenvolve, vem das novas oportunidades que os mercados de massa oferecem e da necessidade de tornar mais eficaz a atuação e a informação dos meios de comunicação de massa quanto aos ideais consumistas.

Esporte Atual: Para uma Possível Contextualização de suas Múltiplas Dimensões

O esporte atualmente está caracterizado como um fenômeno sócio-cultural e político-econômico com grande influência e significado no cenário mundial, um fenômeno com múltiplas possibilidades e interpretações. Hoje envolvido cada vez mais por parâmetros empresariais e mercantis, faz de sua vocação para o espetáculo e de sua penetração significativa perante a sociedade um veículo de comunicação eficaz com estratégias mercadológicas atrativas e lucrativas. As linguagens do esporte foram internacionalizadas pois o futebol, por exemplo, é conhecido em todo o planeta, muito diferentemente da linguagem verbal, onde cada sociedade possui sua língua-mãe e derivações e dialetos.

Para ilustrar a importância do esporte-espetáculo e seu poder de influência, reportamos a maneira pela qual se tornou nesse rentável e atraente espetáculo e suas relações com desenvolvimento da sociedade.

Para Nuzman (1996), ao ponto que a indústria do entretenimento cresce tornando-se uma das principais atividades da economia, o esporte adquire novos papéis, configuran-

do-se como uma linguagem universal. Esses papéis referem-se às interpretações dadas ao esporte; seu envolvimento com a sociedade, seu valor educacional, seu poder de excitação e distração. Com a passagem das gravações de eventos esportivos para transmissões ao vivo a televisão gerou um impacto nas relações dos meios de informação e a sociedade. O esporte teve suas relações comerciais e políticas ampliadas. A citação a seguir reflete o pensamento apresentado:

O mundo atual é fracionado por imagens, pois está cercado pelo vídeo e pela televisão. O imaginário não se reduz a imaginação; é verdade, o registro da identificação pessoal que atua como um espelho. As imagens são, portanto, modelos de identificação como se pode ver na publicidade e no esporte (Nuzman, 1996).

O esporte e sua reprodução nos dias de hoje esta muito ligada a imagens, que transmitem símbolos e emoções específicas o que pode comprovar a vocação do esporte para o espetáculo

A espetacularização e comercialização do esporte fez com que originasse uma busca cada vez maior e incessante de novos praticantes e consumidores do esporte. Em *O Esporte como indústria: solução para criação de riqueza e emprego* (1999) encontramos informações que comprovam essa afirmação. Existe uma preocupação de se construir unidades esportivas múltiplas e polivalentes para que cada vez esportistas pratiquem diversas modalidades. Esse estudo comenta ainda que no Brasil vem ocorrendo uma expansão de praticantes e interessados no esporte, que patrocinadores e mídia têm aumentado seus interesses nessas atividades, mas no entanto as modificações de legislação sofridas sequencialmente e modelos organizacionais mal geridos tem afetado esse desenvolvimento do esporte. Ainda que o estudo mencionado faça uma análise mercadológica do esporte, é um interessante ponto de reflexão sobre a expansão dessa atividade no cenário brasileiro.

Esse aumento do número de interessados e de formas de interesses no esporte está relacionado também as possibilidades e interpretações, que como já dissemos, são características inerentes ao fenômeno esportivo.

Hoje a estrutura esportiva em cada país ou região é diferenciada pelo histórico do próprio esporte no país e também pelos cenários político e econômico, exprimindo os diferenciais no grau de mercantilização sofrida pelo esporte de alto nível. A mercantilização, a valorização do esporte como investimento, alta concorrência entre equipes e atletas, altos salários e valores expressivos dos direitos de transmissões, são processos que alteram as relações sociais, políticas, econômicas e culturais. Podemos relacionar esses processos com conceitos do neoliberalismo e da globalização econômica: desregulamentação dos mercados, queda das fronteiras e regionalismos e desarticulação dos mecanismos institucionais de proteção e coesão social, entre outros (PRONI, 2000).

Para ilustrar como o esporte, sobretudo no alto rendimento, reflete na sociedade

como um instrumento de comercialização e espetáculo, podemos identificar nas relações dos indivíduos com o esporte diversas formas de consumo e relações comerciais, desde o espectador que paga para assistir determinado evento esportivo, do patrocinador que investe no evento, na mídia que realiza a cobertura, do telespectador que consome além do próprio evento os seus anunciantes, dos produtos e serviços gerado acerca do evento enfim de tudo a estrutura seja ela física ou não que proporciona o envolvimento comercial do esporte com a sociedade. O torcedor está sendo convertido em consumidor, inserido em uma sociedade de massa tem o esporte como atividade comercial de alta competitividade e ligada aos setores de comunicações e entretenimento

Outro exemplo encontrado em Proni (2000) que demonstra de forma evidente a relação do esporte com os aspectos da sociedade são descritas no histórico do clube de futebol inglês Manchester United, cujo patrimônio estava avaliado em US\$ 2 bilhões, possuía ações na bolsa de valores e que alguma crise mundial ocorrida no setor econômico poderá afetar, de forma significativa as ações do clube. Podemos falar ainda, considerando esses valores como atuais, da reação em cadeia que isso pode provocar em emissoras de TV, patrocinadores, torcedores, adversários (concorrentes), e assim sucessivamente.

Quando nos reportamos ao ambiente escolar, num corte mais específico da sociedade, estamos preocupados com a reprodução simples e acrítica do esporte e dessas suas possibilidades comerciais para os alunos, partindo da hipótese de que o fenômeno Esporte-Espetáculo tem significativo poder de influência sobre os mesmos.

Espetáculo, Mídia, Escola e Educação Física: Estudos Preliminares

Partimos nesse momento para a contextualização do esporte-espetáculo e os meios de informação na sociedade e suas inter-relações com a escola e a Educação Física escolar. Observamos a mídia totalmente integrada na vida das pessoas, transmitindo informações, criando imaginários e construindo uma interpretação de mundo.

O quadro a seguir construído para facilitar uma análise comparativa, faz algumas considerações sobre a relação dos meios de comunicação e informação com a sociedade, referindo-se a construção de modelos e identidades que criam e veiculam como verdades absolutas para a sociedade e também a relação desses meios com a escola e a educação física escolar criando significados e estabelecendo uma influência voltada para o consumo e reprodução dos discursos, e ainda a dificuldade da escola inserir esse fenômeno sob uma forma reflexiva e crítica em seu ambiente.

Os autores mencionados no quadro desenvolvem seus textos em perspectivas diferentes e, nosso objetivo foi de organizar os pensamentos possibilitando construir relações entre alguns de seus argumentos teóricos.

Meios de Informação e Sociedade ³	Escola e Educação Física Escolar
Os meios de comunicação de massa (as mídias) assumem um papel de produção de modos de existência, organizando fluxos de acontecimento (espetáculos) sob formas dramáticas, seneciacionistas, criando e exacerbando identidades – produzindo emoções (COIMBRA, 2001).	Os meios de informação exercem influência constante e decisiva na cultura corporal de movimento, informando e ditando formas, construindo novos significados e modalidades de entretenimento e consumo em especial no caso do esporte. (BETTI, 2001).

Construtora e propagadora de imaginários e identidades. Fazendo que os indivíduos sejam sujeitos de determinados discursos (GOMES, 2001).	Crianças e adolescentes consomem a mídia com maior assiduidade, sobretudo nas fases mais críticas da formação e mental do ser humano. A mídia rivaliza com a escola e a família como fonte de fomentação de valores e atitudes (BETTI, 2001).
---	---

Os meios de comunicação “tentam” se situarem como lugares de circulação e legitimação de saberes, abordando a condição de produtora da verdade. Como dissemos os meios de informação criam formas e significados (ídolos, crenças, informações), que são produzidos de tal maneira a serem interpretadas como discursos e modelos absolutos e verdadeiros, inibindo e desestimulando a reflexão e confronto crítico, e deixando em segundo plano até mesmo aspectos éticos e morais se necessário.

³ O quadro foi elaborado utilizando-se dos autores mencionados e os conceitos desenvolvidos pelos mesmos sobre uma das temáticas trabalhadas: mídia, sociedade de massa, educação, imaginário social, e consequentemente tentamos cruzar as informações relacionando-as com o estudo desenvolvido.

Meios de Informação e Sociedade	Escola e Educação Física Escolar
Veiculação de mitos, ídolos e crenças que representam verdades inquestionáveis para fãs e adoradores, consumidores em potencial, não só dos produtos como das mitologias difundidas por elas (GOMES, 2001).	A escola tende a reproduzir os discursos e soluções apontadas pela mídia. Não promove um diálogo. Apenas reforça a obtenção de informação compacta e fácil em detrimento a uma reflexão crítica. Essa situação gera uma ausência de significados (GOMES, 2001).

A Educação Física escolar, no geral, vem sendo confundida e baseada em um recorte essencialmente voltado ao esporte, reproduzindo o discurso da mídia, transformando seus alunos cada vez mais em consumidores do esporte-espetáculo, subordinados a uma pedagogia tecnicista e seletiva.

O valor educacional do esporte na escola deve estar em torno da transformação de conduta dos alunos, da formação de opinião e reestruturação de valores através das aulas de Educação Física (PAES, 1996)

É necessário que a Escola leve em consideração o discurso da mídia, que como podemos observar estão presentes diretamente na vida dos alunos, porém isso deve ser feito de uma maneira crítica, estabelecendo um diálogo entre a escola e a mídia, constituindo um novo conceito de prática esportiva. Os agentes influenciadores do esporte-espetáculo não podem ser desconsiderados dentro de um projeto de esporte na escola.

Gomes (2001) menciona Rosa Fisher e apresenta a idéia da autora de que os educadores devem ter acesso a abordagens e objetivos de conhecimento da mídia televisual, de tal forma a dominar uma tecnologia e assumirem um papel de críticos da cultura, passando a história do próprio tempo.

A transformação que o esporte provoca é reflexo de todo seu desenvolvimento perante aos acontecimentos políticos, sociais e culturais, conforme tentamos descrever anteriormente.

Como dissemos anteriormente, é imprescindível examinarmos as relações entre esporte-espetáculo, a ação da mídia e do marketing esportivo, e a Educação Física escolar, afim de identificarmos as linguagens do esporte-espetáculo presentes nos cotidianos das aulas.

Considerações Finais

A essas relações do esporte-espetáculo e sociedade, Montagner (2000) argumenta sobre a necessidade de mais estudos e aplicação dos mesmos para responder aos anseios da comunidade e organizar os conhecimentos do esporte de forma crítica, afirmando, ainda, que o esporte-espetáculo é mais articulado e oferece uma visão associada aos interesses profissionais e mercadológicos do esporte, que dificilmente será modificada a curto prazo pelo trabalho dos pedagogos do esporte no campo.

As relações teóricas construídas por Montagner (2000) ilustram algumas formas de como o esporte-espetáculo podem ser reproduzidos para o âmbito escolar: as mudanças de regras promovidas devido a relação entre esporte e mercado, são carregadas para as aulas com poucas discussões sobre os seus significados; a reformulação das estruturas de organização do esporte atingem também o esporte de formação, na busca de talentos para o espetáculo esportivo; as escolas formais, principalmente as públicas, têm dificuldades de se consolidarem como agentes formadores de cultura esportiva pelos diversos problemas inerentes ao ensino público, enquanto a massificação do esporte mais presentes nos meios de comunicação e/ou agentes propagadores do esporte-espetáculo visam essencialmente a ampliação do consumo.

Nesse ponto reportamo-nos aos quadros anteriores, onde colocamos dois aspectos referentes a essas construções teóricas, o primeiro referente a assiduidade que crianças e adolescentes se dispõe aos meios de informação, sobretudo em uma fase de fomentação de valores, e depois a reprodução por parte da escola dos discursos dos meios de informação sem criar um diálogo crítico e reflexivo.

A pedagogia do esporte deve transformar o esporte em um veículo para um projeto educacional que extrapole a própria atividade prática, configurando-se em uma prática em conjunto, que implica no respeito a regras consensuais e na aceitação de uma autoridade legitimada, ou seja, o esporte com conceitos de formação da cidadania abordando aspectos de cooperação, respeito mútuo e sentimento de pertencer a um grupo, aspectos esses fundamentais na construção de uma organização social (ZALUAR, 1994).

Considerar o fenômeno esportivo em suas múltiplas dimensões implica observar suas relações e interações na sociedade. Assim como o esporte apresenta muitas possibilidades, a sociedade é caracterizada por distintos segmentos sociais. Nesse artigo nos referimos a uma possibilidade do esporte, o esporte-espetáculo e sua abordagem mercadológica e o relacionamos com um determinado segmento da sociedade, crianças e adolescentes inseridas num contexto escolar, tendo como objetivo descrever elementos de interface teórica entre esses dois conceitos.

ABSTRACT

The purpose of this article is to show the evolution of sport from its origin to sport-show – the present tendency, trying to relate its historical development to the changes society. It especially aims at showing how the sport-show influences certain social segments, by establishing a relationship among mass media, sport-show and school Physical Education related to children and teenagers in their critical reflection process. The main studied authors assist in the understanding of the sport and his multiple possibility, also discourse on its relations in the aspects politicians, economic and cultural of the society.

Keywords: Sports, Sport-Show, School Physical Education, Mass Media.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BETTI, M. Imagem e ação: a televisão e a Educação Física Escolar (resultados iniciais). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 12., 2002, Caxambú. *Anais ...* Caxambú: CBCE, 2002.
- BOURDIEU, P. Como é possível ser esportivo. In: ———. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- COIMBRA, C. M. B. *Mídia e produção de modos de existência*. Psic. Teor. e Pesq., v.17, n.1, abr. 2001.
- ELIAS, N. ; DUNNING, E. *Deporte y ocio en el proceso de la civilizacion*. Mexico: Fondo de Cultura Económica, 1992.
- GOMES, P. B. M. B. Mídia, imaginário de consumo e educação. *Educ. Soc.*, v. 22, n.74, 2001.
- GUTTMANN, A. *From ritual to record: the nature of modern sports*. New York: Columbia University, 1978.
- . *Janela de vidro: esporte, televisão e educação física*. Campinas: Papirus, 1998.
- MONTAGNER, P. C. Esporte, marketing e pedagogia: reflexões introdutórias. In: CONGRESSO CIENTIFICO LATINO AMERICANO DA FIEP/UNIMEP, 2000. Piracicaba. *Coletâneas ...* Piracicaba: FIEP/UNIMEP, 2000. p. 404-408.
- NUZMAN, C. A. A importância do marketing esportivo no esporte. In: SEMINÁRIO INDESP DE MARKETING ESPORTIVO: 1995, Ouro Preto, *Anais ...* Brasília: INDESP, 1996, p. 13- 28. Série Ciências do Esporte.
- PAES, R. R. *Educação física escolar: o esporte como conteúdo pedagógico do ensino fundamental*. 1996, Tese (Doutorado) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1996

- PRONI, M. W. *Esporte-espetáculo e futebol-empresa*. 1998. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998
- . Marketing e organização esportiva: elementos para uma história recente do esporte espetáculo. *Conexões*: Educação Física, esporte, lazer, Campinas, v.1, n.1, 1998.
- . *A metamorfose do futebol*. Campinas: Editora da Unicamp, Instituto de Economia, 2000.
- SEMINÁRIO INDESP DE MARKETING ESPORTIVO 1995- OURO PRETO/MG. *Anais ...* Brasília: INDESP, 1996. Série Ciências do Esporte.
- TUBINO, M. J. G. *Teoria geral do esporte*. São Paulo: IBRASA. 1987.
- TUBINO, M. J. G.; REIS, C. M. *Esporte e cultura física*. São Paulo: IBRASA, 1992.
- ZALUAR, A. *Cidadãos não vão ao paraíso*. Campinas: Unicamp, 1994.
- BRASIL. Ministério da Educação e Cultura. Lei nº 9.981, de 14 jul. 2000. Altera dispositivos da Lei nº 9615 – Lei Pelé de 24 mar. 1998, e dá outras providências. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, 17 jul. 2000.