

ENSAIO

ESPORTE, TELEVISÃO E ESPETÁCULO: O CASO DA TV A CABO¹

Mauro Betti

Universidade Estadual Paulista

Resumo

Buscou-se interpretar, com base na hermenêutica de Paul Ricoeur, o discurso da TV a cabo sobre o esporte, e apontar possíveis repercussões para a Educação Física. Detectou-se a predominância de matérias dedicadas aos esportes radicais, e que as mensagens caracterizam-se pela complexidade semiótica, entrelaçando diferentes códigos, com predomínio das imagens. Tais características permitem a espetacularização do esporte, tornando-o consumível enquanto imagem puramente televisiva. A interpretação recorre à dinâmica da “virtualização/atualização” dos corpos proposta por Lévy (1996) e aos conceitos de cultura esportiva “dominante” e “alternativa”. Por fim, indaga-se sobre a possibilidade da Educação Física fornecer instrumentos para a interpretação crítica de um discurso assim constituído.

Palavras-chave: esporte; televisão; hermenêutica; Educação Física.

Introdução

Quando ligamos a televisão, vemos esporte em toda parte: nos filmes, programas de auditório e de entrevistas, seriados, novelas e desenhos animados, além da vasta programação dos noticiários e eventos especificamente esportivos. Nas propagandas é usado como temática para vender uma enorme gama de produtos, que vão de sorvete e cimento até serviços bancários e automóveis, além, é claro, de materiais esportivos, como bolas e tênis.

As crianças tomam contato precoce com o esporte por meio da televisão, e numa fase crítica para sua formação física e mental. Segundo Eurasquin, Matilla e Vásquez (1983), crianças assistem mais televisão que os adultos, e a geração que nasceu com o televisor em casa assiste o dobro que seus pais. Segundo dados que colhemos em Babin e Kouloumdjian (1989), na França, crianças e adolescentes entre 8 e 14 anos assistem de 15 a 16 horas por semana de televisão, cerca de duas a duas horas e meia por dia, e na Espanha cerca de 20 horas semanais. Nos EUA, estes números são muito maiores, e estima-se que um jovem, aos 18 anos, teria passado 20.000 horas diante da TV, e, comparativamente, apenas 10.800 horas na escola. As pesquisas, de

¹ Uma versão anterior deste texto foi apresentada no XI Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, Florianópolis, 1999.

modo geral, indicam que crianças e adolescentes são os telespectadores mais assíduos. No Brasil, dados oriundos de agências de publicidade informam que as crianças, durante as férias escolares, assistem 20% mais que a média da população,² e que os adolescentes constituem o grupo com maior taxa de exposição aos anúncios televisivos (Galuppo, 1994). Estima-se que há no país 33 milhões de aparelhos de TV, alcançando pelo menos 81% dos domicílios do país, e que os brasileiros assistem em média quatro horas diárias de programação (Gomes, 1996, Lopes, 1997).

Assim, é crucial indagar: o que a televisão representa como esporte? O que é “esporte” para ela? Quais as implicações disso para a Educação Física?

Em trabalho recente (Betti, 1997), propusemo-nos a interpretar o discurso da televisão sobre o esporte, buscando decifrar os *sentidos* nele presentes, e refletir criticamente sobre suas repercussões na Educação Física enquanto uma prática pedagógica. Entendemos “discurso” de maneira global, constituído de *fala e imagem*, as quais, em suas interações e combinações, constituem uma linguagem audiovisual específica da televisão. Por “sentido” entendemos, conforme Ricoeur (1987), a *direção de pensamento aberta pelo discurso*.

A que conclusões chegamos? Em primeiro lugar, que a televisão ilude o espectador, dando-lhe a falsa sensação de contato perceptivo direto com a realidade, como se estivesse olhando por uma “janela de vidro”, expressão utilizada por Hesling (1986). Na verdade, existe uma distância entre a prática “real” do esporte e o que vemos na TV. Há um processo de mediação entre a realidade e a imagem, que envolve seleção e edição de fatos e cenas, segundo uma lógica de *espetacularização*. Isso leva, em geral, à fragmentação e descontextualização do fenômeno esportivo.

A linguagem audiovisual da televisão, apoiada em sofisticados recursos técnicos (câmara lenta, *replay*, recursos gráficos propiciados pela informática, mini-câmaras etc.), permite espetacularizar quase todas as modalidades esportivas. Cabe agora falar em uma nova modalidade de consumo que se interpõe entre o espectador e a prática “real” do esporte – o *esporte telespetáculo*, uma realidade textual relativamente autônoma, apoiada na capacidade que tem qualquer imagem de autonomizar-se com relação ao seu referente no mundo. Quer dizer, uma imagem não precisa necessariamente representar algo que exista materialmente, porque ela é, antes de tudo, a presença de formas visuais unificada pela atenção de quem a contempla (Neiva Júnior, 1986).

E quanto ao conteúdo do que se *fala* sobre o esporte? A “falação” sobre o esporte, para utilizar a expressão de Eco (1984), ocupa grande parte da programação televisiva. São noticiários e programas esportivos, “mesas redondas”, telejornais e reportagens especiais sobre atletas ou clubes. A falação informa e atualiza sobre vitórias e derrotas, contratações, salários, contusões; conta a história das partidas, lutas, corridas, campeonatos; cria expectativas, faz previsões, explica, justifica, promete, cria polêmicas e constrói rivalidades. A falação garante a coerência e a continuidade do discurso sobre o esporte; é como uma linha que permite “amarrar” as outras formas da

²Dados colhidos em matéria exibida no *Jornal da Cultura*, TV Cultura, 5 de junho de 1995.

linguagem televisiva. Graças a ela, a programação esportiva sempre poderá continuar no dia seguinte. Há um enfoque hegemônico neste discurso: falar de esporte é falar de vitória, esforço, recordes, campeões, medalhas, dinheiro.

A maior parte dos estudos sobre esporte e televisão fixam-se no conteúdo ideológico, situam-se no reino dos “ismos”, como diria Ricoeur (1987): sexismo, nacionalismo, racismo, etc. Buscamos ir além, em direção à relação forma/conteúdo, numa abordagem mais global que considera as peculiaridades do discurso audiovisual da TV. Apenas nessa relação é que poderemos propor uma interpretação do discurso televisivo, pois um não se compreende e explica sem o outro. Identificamos, em estudo sobre a TV aberta (Betti, 1997, 1998), além da “falação”, mais oito direções do discurso da televisão sobre o esporte: “cotidiano”, “ao vivo”, “nostalgia”, “adrenalina!”, “esporte global”, “o anúncio publicitário”, “veja de novo” e “espetacular!”.

Esporte, televisão e Educação Física

Não podemos simplesmente assumir uma posição moralista e condenar a televisão e o esporte que ela retrata. Esse é o universo cultural em que as novas gerações socializam-se no esporte. O futebol não é mais só uma “pelada” num terreno baldio, é também *video game* e espetáculo da TV. Assistir e praticar esportes formam uma nova unidade, de relações dissimétricas e variáveis.

A televisão – e a mídia em geral – exerce uma função de *conhecimento* sobre o esporte (táticas, técnicas, história, tecnologia, etc.), que pode enriquecer a apreciação e interpretação do telespectador. A imagem possui uma importância cognitiva em nossos tempos. Precisamos entender que a mídia possibilita um conhecimento publicamente partilhado no campo da cultura corporal de movimento. Há aulas de ginástica aeróbica pela TV; médicos concedem entrevistas esclarecendo os benefícios e riscos da atividade física; comentaristas nos informam sobre táticas e regras nas partidas de futebol, voleibol ou basquete; revistas femininas recomendam exercícios para melhorar a aparência e aptidão corporais. Tudo isso elevou o nível de informação difundida ao grande público na área de Educação Física a um patamar nunca antes atingido na história. Informações, é claro, nem sempre corretas, nem sempre confiáveis, mas que muitas vezes se sobrepõem pela baixa capacidade crítica da maioria dos receptores.

Neste sentido, a Educação Física deve assumir a responsabilidade de formar o cidadão capaz de posicionar-se criticamente diante das novas formas do esporte, construídas e/ou divulgadas pelos meios de comunicação de massa. Mas se a Educação Física quer aí intervir, deve conhecer o meio (televisão) e sua linguagem (audiovisual), para melhor compreender os fundamentos do esporte telespetáculo.

As novas tecnologias de comunicação e a TV a cabo

A década de 80 inaugura um novo fenômeno comunicacional, com a proliferação das chamadas “novas tecnologias de comunicação”, que compreendem a

Internet, as redes eletrônicas (como o correio eletrônico, vídeo texto, etc.), TV por assinatura (mediante recepção por cabo ou antena parabólica) e outras, envolvendo amplo uso dos sistemas de satélites e telefonia, terminais de computadores e computadores pessoais.

Tal fenômeno questiona a concepção clássica de “meios de comunicação de massa”. De um lado, porque a ênfase deslocar-se-ia da relação Emissor-Receptor, que se dá, nos meios de comunicação de massa, por intermédio de *mensagens* que levam em conta os códigos dos receptores, para o próprio *meio* e as novas possibilidades de linguagem que proporcionam as suas máquinas (Santaella, 1996). Por outro lado, a liberdade tradicionalmente ligada ao poder dos emissores tenderia a ser vista de maneira diferente, considerada agora em função da comunicação entre grupos ou entre usuários de um mesmo sistema comunicacional (Porto, 1986). A liberdade de escolha ter-se-ia deslocado para o receptor, e daí falar-se em segmentação do mercado, da qual a TV por assinatura é um exemplo no campo da televisão. Todavia, a esta suposta liberdade contrapõe-se a monopolização dos sistemas de produção das informações (Soares, 1996).

A TV por assinatura está em expansão no Brasil, e este é considerado um dos mercados que mais irá crescer nos próximos anos em nosso país (Toledo, 1997). Contudo, do ponto de vista do conteúdo da programação, há dois pontos importantes a considerar no contexto brasileiro: a pequena produção de programas nacionais, pois é financeiramente mais vantajoso comprar a produção norte-americana; e a concentração do mercado em apenas duas programadoras (sendo que uma delas detém 75% do mercado), às quais as operadoras devem associar-se (Jornal da Cidade, 1998).

O problema e o objetivo

Há canais de TV por assinatura especializadas em esporte, com programação 24 horas por dia. Quais são as características desta programação? Como ela faz uso da linguagem audiovisual, da “alquimia som-palavra-imagem”, conforme a expressão de Babin e Kouloumdjian (1989)? Haveria diferenças com relação à TV aberta, a qual já examinamos anteriormente? Se, conforme Santaella (1996), as novas mídias enfatizam o meio, antes que o conteúdo da mensagem, seria correto esperar que a TV por assinatura maximize a produção do esporte telespetáculo, distanciando, mais ainda que na TV aberta, a prática “real” do esporte da sua imagem televisiva? Se considerarmos as nove direções do discurso da televisão sobre o esporte que já identificamos – a falação, cotidiano, ao vivo, etc. –, quais destas seriam privilegiadas no discurso da TV a cabo? Que novas implicações poderia aí haver para a Educação Física, entendida esta em sentido amplo, como prática pedagógica?

Assim, o objetivo deste ensaio é interpretar criticamente o discurso da programação de um canal especializado em esporte na televisão a cabo, e apontar possíveis repercussões para a Educação Física.

Metodologia

O trabalho de *interpretação* fez-se com base na hermenêutica proposta pelo filósofo Paul Ricoeur, que demonstrou como ações e instituições culturais compartilhadas das características do discurso escrito e, portanto, podem ser interpretadas como se interpreta um texto (Ricoeur, 1987; 1988).

Definimos a *hermenêutica* como a *teoria das regras de interpretação de um texto ou conjunto de signos que podem ser considerados como um texto* (Ricoeur, 1987; s.d.); e *discurso*, com base em Ricoeur (1987; 1988) e Brandão (1991), como o *efeito de sentido construído no processo de interlocução, onde alguém fala a alguém, de algum lugar, sobre algo no mundo*. Vale dizer, o discurso resulta de um trabalho que organiza a linguagem (é portanto uma obra de cultura) e possui significação, pois exprime uma experiência humana, comunica mensagens com suporte na língua, e endereça-se a alguém. O sujeito fala inscrito em estratégias de interlocução – que consideram a imagem que faz de si, do outro e do referente – em posições sociais e conjunturas históricas.

Em Ricoeur (1978; 1987; 1988) encontramos os fundamentos metodológicos que autorizam interpretar o discurso da televisão como se interpreta um texto pela hermenêutica. Inicialmente porque trata-se de um discurso *simbólico*, em que sentidos *diretos, primários e literais* designam, por acréscimo, outros sentidos *indiretos, secundários e figurados*, que só podem ser apreendidos por meio dos primeiros. Por exemplo, o discurso sobre o esporte exprime-se por metáforas.

Se a imagem da televisão incita a uma apreensão sensorial e emocional direta e imediata, a gravação em videocassete, a transcrição e descrição em textos escritos permite a dissociação do *evento* discursivo (algo acontece quando alguém fala), de sua *significação* (a intencionalidade mesma da linguagem), o que traz *autonomia semântica* ao texto. Não é o evento que se quer compreender, mas a sua significação, que permanece. Assim, encontramos no discurso da televisão todas as características da *inscrição* do discurso num texto: 1) os *atos do discurso* – diz algo, faz algo ao dizer, produz efeitos ao dizê-lo – que permitem a fixação da significação; 2) a *autonomia com relação à intenção do autor* – o que o texto significa não coincide mais com aquilo que o autor quis dizer; 3) a *liberação da situação do diálogo*, alargando o círculo da comunicação; e 4) a *liberação das referências situacionais*, abrindo ao leitor um novo mundo. Estas características garantem a existência do *distanciamento produtivo*, instrumento epistemológico indispensável à hermenêutica, que reconhece a “objetividade” das obras da cultura humana inscritas em textos, e permite a superação de uma abordagem puramente subjetiva.

Há também, no discurso televisivo, os critérios da relação entre textualidade e ação social propostos por Ricoeur (s.d.): 1) a *fixação da ação* – os acontecimentos sociais são também “inscritos”, deixam suas “marcas” no tempo; 2) a *autonomização da ação* – a ação social desliga-se de seu agente e desenvolve suas próprias conseqüências; 3) *pertinência e importância* – uma ação pode transcender as condições de sua produção e ser re-efetuada em novos contextos sociais; e 4) a *ação humana*

enquanto obra aberta – a significação da ação humana dirige-se a uma série indefinida de “leitores” possíveis, ao longo da história.

Numa perspectiva mais ampla, isso evidencia a passagem que Ricoeur efetua, inicialmente, de uma hermenêutica das *figuras simbólicas* para uma hermenêutica das *obras da cultura* que comportam uma fixação similar à escrita, e, depois, a uma hermenêutica dos *fenômenos sociais* que apresentam um caráter simbólico, como é, indubitavelmente, o caso da televisão.

Chega-se assim a algumas conclusões, do ponto de vista metodológico. Quando se fala em “discurso da TV”, fala-se em “ação social”; a televisão permite que acontecimentos do mundo contemporâneo deixem suas “marcas profundas” e adquiram uma dimensão social própria. A televisão exige ser lida como um totalidade, o que implica em considerar a intenção e a significação, o emissor e o receptor, o conteúdo e a forma, a imagem e o som. A “leitura” do discurso da televisão dá-se no campo dos signos, pois ela é parte integrante da realidade social simbólica. A ação da televisão escapa ao controle total de seus agentes, ela pode levar a efeitos não previstos pela intenção inicial; há ruptura entre intenção e significação da ação, a qual pode tornar-se autônoma, e portanto conduzir a interpretações diferentes. Deve-se ir em busca da “semântica profunda” do discurso televisivo: não importa apenas “o que” fala a televisão, mas “sobre que” fala quando refere-se ao esporte. Quais expressões fundamentais da vida? Quais conflitos e perplexidades?

Conclui-se que a hermenêutica permite abordar o texto televisivo como uma totalidade, desvelar as intencionalidades que o dirigem, decifrar e reconstruir os sentidos nele presentes – e “reconstruir” quer dizer construir novos sentidos, já que sentido é, para Ricoeur, *a direção do pensamento aberta pela texto*. Conseqüentemente, a televisão, uma instituição cultural de nossos tempos, emite um discurso que compartilha das características do discurso contidas na escrita, e pode ser interpretado como se interpreta um texto.

Estaríamos então em condições de prosseguir o trabalho da interpretação hermenêutica, que Ricoeur entende basicamente como uma *dialética entre a compreensão e a explicação*. Trata-se, inicialmente, de um duplo movimento: da compreensão à explicação; depois, da explicação à compreensão. O primeiro movimento é composto de duas fases. A primeira fase é uma captação ingênua do sentido do discurso enquanto um todo (que Ricoeur denomina “semântica de superfície”). Diríamos que é uma primeira compreensão da experiência do ser-tespectador do esporte, compreensão que é *global*, e que se faz por *conjecturas*. A segunda fase busca validar aquela compreensão, com base em procedimentos; a *validação* é garantida por uma investigação do objeto específico da conjectura, e se faz mediante procedimentos argumentativos (baseados nas teorias sobre o esporte), e pelo *conflito de interpretações*, que aponta limites e possibilidades das diversas teorias face às novas formas do esporte. Nessa fase, vamos nos restringir a realizar uma atualização da revisão consolidada em Betti (1997; 1998) de algumas teorias que se pronunciam sobre o esporte. A seguir, no movimento de volta, da explicação à compreensão, compreender o discurso torna-se seguir o seu movimento do *sentido* para a *referência*,

daquilo que ele diz para aquilo *de que* fala (o que Ricoeur denomina “semântica de profundidade”). *Sobre que* fala a TV a cabo, afinal de contas, quando se refere ao esporte?

Finalmente, o método hermenêutico de Ricoeur nos leva à *apropriação* ou *reflexão crítica*: quando nos apropriamos do sentido de um texto, apropriamo-nos de uma proposição de mundo, projetamo-nos em novas maneiras de olhar o mundo, e, portanto, novas maneiras de visualizar o esporte e a Educação Física. Enfim, parafraseando Ricoeur (1987): qual a *direção de pensamento* que se abre à Educação Física a partir da interpretação do discurso da TV a cabo sobre o esporte?

Amostragem

Duncan (1986) acredita que uma interpretação hermenêutica do esporte espetáculo não resulta da observação supostamente “objetiva” de características específicas de eventos esportivos, mas da tentativa de alcançar os sentidos subjacentes, e às vezes inarticulados, que em geral possuem para os espectadores. Para Harris (1981), este objetivo pode ser mais facilmente alcançado se utilizamos uma grande quantidade de “textos culturais” como evidência.

Foi examinada a programação de um canal especializados em esporte (o SPORTV) a partir da gravação, em videocassete, dos sinais da empresa “Multicanal” na cidade de Bauru-SP, entre os dias 24 agosto a 2 de setembro de 1997, buscando abarcar toda a grade semanal no horário das 10:00 às 23:00 horas. Foram gravadas 107 horas.

Resultados: para além do conteúdo

Quantitativamente, houve predominância de programas dedicados aos “esportes radicais” (20,1%), aos quais se podem somar ainda os que tratam de automobilismo/motociclismo (5,1%). Seguiram-se as transmissões de partidas de futebol (18,2%), às quais se somam também os noticiários sobre futebol (5,1%). Em terceiro lugar situa-se a transmissão de partidas de tênis (13,1). As propagandas, de produtos e da própria programação do canal, totalizaram 15% das horas examinadas. Embora o exame da grade de programação completa dos meses de agosto e setembro de 1997 do canal pesquisado revele a existência eventual de programas jornalísticos investigativos,³ o período que examinamos não contemplou nenhum destes. Os dados completos são apresentados no Quadro 1.

Na pesquisa de Williams (1994) sobre o conteúdo da cobertura esportiva da TV paga na Inglaterra aparecem semelhanças e diferenças com os dados aqui apresentados: naquele estudo, o futebol foi o esporte mais freqüente, seguido de automobilismo/motociclismo e tênis. Não houve alusão a esportes radicais, e o *snooker* e boxe ocuparam muitas horas da programação.

³ Por exemplo, reportagens e programas especiais sobre o esporte profissional, enfocando histórias de vida e dimensões econômicas, políticas e sociais.

Quadro 1 – Distribuição da programação semanal da *Sportv* (24/08 a 02/09/97)

MODALIDADE	DURAÇÃO	PARTICIPAÇÃO
Esportes Radicais	21,5 horas	20,1%
Partidas de Futebol Masculino	17,5 horas	16,3%
Partidas de Tênis	14,0 horas	13,1%
Partidas de Voleibol Feminino	6,5 horas	6.1%
Futebol	5,5 horas	5.1%
Automobilismo/Motociclismo	5,5 horas	5,1%
Partidas de Voleibol Masculino	4,5 horas	4,2%
Noticiário Esportivo Geral	4,5 horas	4,2%
Partidas de Basquetebol Masculino	4,0 horas	3,7%
Partidas de Basquetebol Feminino	4,0 horas	3,7%
Esportes em Geral	3,5 horas	3,3%
Partidas de Voleibol de Praia	3,0 horas	2,8%
Basquetebol	2,0 horas	1,9%
Ginástica Aeróbica	2,0 horas	1,9%
Partidas de Futebol Feminino	2,0 horas	1,9%
Voleibol	1,5 horas	1,4%
Boxe	1,5 horAS	1,4%
Volei de Areia	1,0 hora	0,9%
Patinação Artística	1,0 hora	0,9%
Programas de Entrevista	1,0 hora	3,3%
Iatismo	0,5 hora	0,5%
Hipismo	0,5 hora	0,5%
Propagandas	—	(15%) ⁴
TOTAL	107 horas	100,0%

A propaganda da própria programação de um dos canais resume bem o conteúdo: “SAIBA TUDO SOBRE ESPORTE COM AS PRODUÇÕES EXCLUSIVAS DO [nome do canal]”; “PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS ESPORTIVOS DO BRASIL E DO MUNDO” [noticiário]; “LANCES DA RODADA” [futebol], “LOUCURA SEM LIMITE” [esportes radicais], “FAIXA RADICAL – CAMPEONATOS DE SURF E ESPORTES DE AÇÃO, RESULTADOS DAS COMPETIÇÕES, CONDIÇÕES DO TEMPO PARA SURFAR” [surf e outros esportes radicais]; “GIRO COMPLETO PELO ESPORTE: TODOS OS ÂNGULOS DAS MODALIDADES ESPORTIVAS” [matérias e notícias sobre várias modalidades]; “VOLEI: PARA VOCÊ SACAR TODAS AS JOGADAS” [voleibol]; “INFORMAÇÕES DE BANDEJA SOBRE A TEMPORADA NACIONAL E DA NBA [basquetebol]”; “BOM HUMOR, GRANDES PERSONALIDADES” [programas de entrevistas].

⁴ Estimativa calculada a partir de amostragens da programação gravada – as cerca de 14 horas de propagandas, durante os programas e entre eles, estão incluídas no total.

Não bastasse predominar os programas dedicados aos esportes radicais ou esporte de ação, com exceção das transmissões ao vivo ou *videotape* de partidas de futebol, basquete, voleibol ou tênis, de um programa de entrevistas e um noticiário centrado em estúdio, o restante da programação é rica em linguagem de *videoclip*, câmara “nervosa”, recursos de computação gráfica e efeitos especiais em geral, e valorização do fundo musical.

Um típico programa dedicado aos esportes radicais *promete* “DUAS HORAS DE AÇÃO SEM LIMITE”, “MUITA LOUCURA”, “AVENTURA”, “COSTUMES E MANIAS DA TRIBOS”. As imagens, invariavelmente associadas à música (em geral *rock*), são mais importantes que as palavras; imagens que se sucedem rapidamente: são belas, de coloridos e paisagens deslumbrantes servindo de pano de fundo para manobras espetaculares dos jovens atletas e, portanto, não resta muito o que dizer. Mas não é só a linguagem de *videoclip* que prevalece. De repente, entre um programa e outro, a câmara acompanha um *wakeboard* deslizando e manobrando num liso e longo rio, com música ao fundo, durante seis, sete minutos.

Interpretação

Da cultura de massas à cultura das mídias

Segundo entende Santaella (1996), o conceito de meios de comunicação de massa fica abalado pelo surgimento do que denomina “cultura das mídias”, caracterizada pela interatividade de várias mídias, pela comutação e mutabilidade. A conseqüência desse processo é a transformação nas formas tradicionais de produção de cultura, eruditas e populares, assim como nos processos de produção e recepção da cultura de massas, cultura esta que agora tende a tornar-se apenas mais uma entre novas outras.

Para Santaella, as novas mídias inauguraram, antes de tudo, “a mistura de códigos de processos sígnicos numa mesma mensagem, isto é, a simultaneidade semiótica das mensagens” (1996: 33-4). A mensagem é composta na sincronia de vários sistemas sígnicos, nas misturas do verbal e não-verbal. Embora aparentemente pobres no conteúdo (quando se leva apenas o verbal em consideração), são mensagens semioticamente complexas. Santaella destaca neste momento que, mesmo na tradicional concepção de comunicação de massa, que considera o público receptor como uma massa homogênea, existe já uma margem de imponderabilidade da informação que é transmitida e que escapa ao controle da intencionalidade do ato comunicativo, “de modo que muita informação não controlada e não intencionada pode chegar aos receptores à revelia do emissor” (1996: 33). Contudo, não são apenas os conteúdos das mensagens que levam a tal imprevisibilidade na recepção, mas principalmente a complexidade semiótica das mensagens, característica da nova “cultura das mídias” que aumenta a imponderabilidade da informação transmitida e diminui a possibilidade de controle sobre o que os receptores poderão captar na mensagem.

As mídias tendem a se engendrar como redes que se interligam e, nelas, cada

mídia particular tem uma função específica, segundo Santaella. Por isso, cada nova mídia que surge tende a redimensionar a função das outras. Outro aspecto deste rede é a tendência à geração de mídias que são elas próprias formadas e resultantes da interação de diversas mídias. De fato, podemos observar que jornais e revistas cada vez mais utilizam a linguagem das mídias eletrônicas, como a televisão e o computador.

De acordo com Lüttich (citado por Santaella, 1996), os processos de comunicação multimídia são processos que envolvem relações complexas entre códigos semióticos, canais físicos e modos fisiológicos de percepção sensoria. Tal fato torna difícil a caracterização da estrutura das mensagens produzidas por diferentes sistemas de signos, de canais múltiplos e poli-sensórios, cada um guiado por suas próprias regras seletivas e combinatórias, que exigem também “a concorrência de diversos sentidos receptores para sua decodificação e fruição, o que produz efeitos psicofísicos e cognitivos também variados no receptor” (1996: 45).

É importante notar que, para Santaella, esta simultaneidade e entrelaçamento de códigos não são frutos simplesmente da sua soma, mas configuram uma totalidade, que varia de mensagem para mensagem ou dentro de uma mesma mensagem. Por exemplo, pode haver uma hierarquia de códigos, como no caso de jornais impressos, em que o verbal escrito domina sobre o código imagético. Mas pode haver mídias em que esta hierarquia é móvel, dominando às vezes o código verbal oral, às vezes o imagético ou a interação equitativa do imagético e sonoro, como é o caso da TV.

Particularmente a televisão é caracterizada por Santaella como a mídia das mídias, dona de um “caráter antropofágico (...) que absorve e devora todas as outras mídias e formas de cultura (...) impondo a elas qualidades de organização, ritmos e aparência que lhe são próprios” (1996: 42). E nessa medida, “por mais que a mensagem transmitida pela TV seja banal, superficial e esquemática, sua complexidade semiótica é sempre grande” (1996: 47). Nela, tudo se dá simultaneamente: som, palavras, imagens, além do ritmo dos cortes, junções, aproximações e distanciamentos. Por isso, ela relembra que não basta buscar nas mensagens apenas seus conteúdos verbais.

Por fim, Santaella (1996) alerta que, como qualquer outra, as mensagens das mídias também se estruturam nos níveis *sintático* (relação entre os signos), *semântico* (relação do signo com o que ele significa) e *pragmático* (relação do signo com o usuário). Todavia, na medida em que nelas coexistem várias linguagens, o nível sintático não se reduz à relação de signo a signo de um mesmo código, mas de sistemas de signos diversos em interações sempre mutáveis e de difícil sistematização. Conseqüentemente, a descrição do nível semântico é também mais difícil, já que as relações de significados envolvem redes complexamente tecidas, que afetam uma série de canais receptores ao mesmo tempo, tornando também mais intrincado o nível pragmático, de vez que os efeitos cognitivos são mais difíceis de serem aferidos ou julgados quando vários canais perceptivos estão envolvidos.

Como estas reflexões podem nos auxiliar na interpretação do discurso da TV a cabo sobre o esporte? No nosso entendimento, mais que na TV aberta (que ainda privilegia o verbal) as mensagens caracterizam-se por ser intersemióticas, entrelaçando os códigos imagético, sonoro e verbal (escrito e oral) de um modo ora equitativo, ora

fazendo predominar as imagens. Como nos ensina Santaella, este fato abre um amplo leque de possibilidades de combinações entre signos de sistemas diversos. Por exemplo, as freqüentes seqüências de cenas esportivas que se sucedem rapidamente em linguagem de *videoclip*, seja em propagandas ou nos próprios programas, casam-se perfeitamente com um *rock* ou música clássica como fundo musical. E, se neste nível sintático, as relações de signo a signo também tornam-se mais complexas, então, por coerência teórica, também no nível semântico a relação do signo (a representação do esporte enquanto imagem televisiva) com o que ele significa (o esporte enquanto tal) torna-se mais difícil de ser determinada, possivelmente então distanciando mais ainda a prática “real” do esporte de sua representação na TV a cabo. Por outro lado, é preciso lembrar que, por exigirem múltiplos sentidos perceptivos, as mensagens intersemióticas abrem amplas possibilidades de interpretação ao receptor.

Mas, por que no discurso dos canais especializados em esporte da TV a cabo predominam mensagens com tais características? É pelo desejo de levar a espetacularização às últimas conseqüências, tornando o esporte consumível enquanto imagem puramente televisiva.

Como emblema desta espetacularização maximizada do esporte, a propaganda do próprio canal faz suceder, em velocidade estonteante, 210 cenas de atletas em situações esportivas num intervalo de 58 segundos (3,6 imagens/segundo), tendo como fundo sonoro a apoteose de uma música clássica, acompanhada por coral.

Ora, não é coincidência que a “marca registrada” da TV a cabo, os esportes radicais ou de ação, não se prestam, em geral, à espetacularização nas transmissões ao vivo. Uma competição de surfe, por exemplo, seria extremamente longa e aborrecida para o telespectador: a espera pelas melhores ondas, os insucessos nas manobras etc. Por isso, assim como em outros esportes radicais, as coberturas dos eventos são editadas posteriormente, segundo um mesmo padrão: seleção das cenas mais espetaculares, a narração da “história” do evento, entrevistas com os atletas, etc. Porém, diferenciando-se da TV aberta, as matérias são mais longas, com abundante uso de imagens e música. Por estes motivos, as equipes de produção e filmagem são tão importantes quanto os atletas radicais. A matéria sobre o campeonato mundial do surfe enaltece o fato de que uma equipe brasileira foi escolhida para fazer a *filmagem* do circuito mundial.

Por outro lado, a TV a cabo busca públicos segmentados, ao transmitir partidas de tênis ao vivo, com duração de até duas horas e meia, assim como modalidades menos populares, como futebol feminino e basquetebol, ou *videotapes* de eventos de hipismo, iatismo e patinação artística. O programa de entrevistas parece querer dirigir-se a um público de maior nível educacional. Desfila crônicas poéticas, entrevista “personalidades” do esporte (todavia não muito populares), como médicos e administradores, sobre assuntos pouco usuais na TV aberta, como *doping* e economia no esporte, que exigem códigos culturais específicos para serem entendidos. Por exemplo, o vice-presidente de uma empresa de *marketing* esportivo é colocado diante da seguinte afirmativa: “O FUTEBOL, HOJE, NÃO É SÓ UM JOGO COM BOLA, NÃO É SÓ UM ESPORTE LÚDICO, O FUTEBOL É HOJE, JÁ, UM NEGÓCIO, UM *BUSINESS*”. Ou ainda é o

entrevistado quem especula: “TALVEZ O FUTEBOL SEJA A ATIVIDADE MAIS GLOBALIZADA DA RAÇA HUMANA”.

A TV a cabo parece mesmo possibilitar a segmentação do mercado e maiores opções de escolha ao espectador. Contudo, é preciso ponderar que, no caso brasileiro, a segmentação pode estar-se dando em função de camadas sociais. Pela grande desigualdade socioeconômica que impera em nosso país, as novas tecnologias de comunicação parecem ser privilégios das camadas média e alta. Como afirma Santaella (1996), porque se organizam em redes, o surgimento de uma nova mídia tende a redimensionar a função das outras. Com o crescimento da TV a cabo no Brasil, não é possível imaginar que a TV aberta estaria enfatizando seu direcionamento para as camadas socioeconômicas mais baixas, supostamente atingindo-as com programas que têm gerado protestos pela “baixo nível” cultural, colocando em destaque propostas a favor de algum tipo de controle social da programação?⁵

Virtualização e Atualização

Para Lévy (1996), não existe oposição entre real e virtual. A palavra virtual vem do latim medieval *virtualis*, derivado de *virtus*, que significa força, potência. Para a filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência, e não em ato. Então, o virtual tende a atualizar-se, sem ter passado necessariamente à concretização efetiva ou formal. Por exemplo, a árvore está virtualmente presente na semente. Portanto, o virtual não se oporia ao *real*, mas ao *atual*. O virtual é um complexo problemático que reclama por um *processo de resolução* – exatamente a *atualização*. Este complexo problemático pertence à entidade considerada, e é uma, embora não única, de suas dimensões. A semente de que falava Lévy, por exemplo, deverá “inventar” a árvore, coproduzi-la com as circunstâncias que encontrar.

A atualização, então, para Lévy, aparece como a solução de um problema, solução esta que não estava contida previamente no enunciado. A atualização “é criação, invenção de uma forma a partir de um configuração dinâmica de forças e de finalidades (...) produção de qualidades novas, uma transformação das idéias, um verdadeiro devir que alimenta de volta o virtual” (1996: 16-7). A elaboração de um programa informático, exemplifica Lévy, trata um problema de modo original, e cada equipe de programadores redefine e resolve de maneira diferente o problema com que se defronta. Já a situação de utilização deste programa, num local qualquer de trabalho, “desqualifica certas competências, faz emergir outros funcionamentos, desencadeia conflitos, desbloqueia situações, instaura uma nova dinâmica de colaboração...” (1996: 17). Quer dizer, o programa contém uma virtualidade de mudanças que o grupo atualiza de maneira mais ou menos inventiva. A atualização é a invenção de uma solução exigida por um complexo problemático. O atual – conclui Lévy – não se assemelha ao virtual, mas *responde* a ele.

A *virtualização* é uma dinâmica, que Lévy define como *o movimento inverso*

⁵ Por exemplo: “Governo negocia ‘manual’ para as TVs”. *Jornal da Cidade*, Bauri 9 nov 1998, p. 23; “TVs ainda resistem ao autocontrole”. *Jornal da Cidade*, Bauri, 16 nov 1998, p. 23.

da atualização. Se a atualização vai de um problema a uma solução, a virtualização vai de uma solução dada a um outro problema – portanto, não é desrealizante, mas sim um vetor de criação de realidade.

É nesta perspectiva que Lévy interpreta os esportes radicais: eles seriam uma reação à virtualização dos corpos, portanto uma dinâmica de atualização.

Pierre Lévy lembra que as técnicas e dispositivos de comunicação e telepresença virtualizam os sentidos e os corpos, permitem quase reviver a experiência sensorial completa de outra pessoa, no “aqui e agora”, ou em outros momentos e lugares; os milhões de espectadores que vêem o mesmo programa de televisão compartilham o mesmo grande olho coletivo; equipamentos médicos fazem ver nosso interior orgânico, reconstruindo modelos digitais do corpo; transplantes fazem circular órgãos entre corpos humanos, mortos ou vivos, entre homens e animais; implantes e próteses confundem a fronteira entre o que é mineral e o que é vivo, como lentes de contato, dentes falsos, silicone, marca-passos, próteses acústicas etc.

Para Lévy, como que reagindo a esta virtualização dos corpos, nossa época viu desenvolver-se como nunca antes os esportes que concentram o esforço de ultrapassar limites, de conquistar novos meios, intensificar as sensações, explorar outras velocidades – exatamente os esportes radicais.

Os mais emblemáticos desses esportes extremos de devir e tensão seriam as práticas de *queda* (para-quadras, asa delta, *body jumping* etc.) e de *deslizamento* (esqui alpino e aquático, surfe, *windsurf*). Para Lévy, em certo sentido são reações à virtualização, porque intensificam ao máximo a presença física aqui e agora – são o reino da *atualização*. Mas no movimento inverso, estremecendo os limites, entre o ar e a água, entre a terra e o céu – ele explica –, aquele que se lança ou desliza nunca está inteiramente presente. Abandonando o chão e seus pontos de apoios, ele serve-se apenas de linhas de fuga, se vetoriza e desterritorializa. Tornando-se velocidade, passagem, sobrevôo, o corpo daquele que se lança ou desliza é de novo corpo virtual.

Esportes de deslizamento e de lançamento do corpo. A teorização de Lévy encontra eco na programação da TV a cabo: hóquei, esqui, *skate*, asa delta, *body jumping*, surfe.

Na matéria sobre a “Tribo dos Patins”, “SEMPRE DESAFIANDO O PERIGO ATRÁS DE NOVAS EMOÇÕES”, juntam-se no mesmo enfoque praticantes de hóquei, patinação artística, *half pipe* e *free style*. Aparentam diferenças sociais, de linguagem e interesses e idades, mas a matéria os agrupa na mesma “tribo” que, “SOBRE RODAS, CONSEGUE REALIZAR SONHOS, JOGAR, CORRER, PRATICAMENTE VOAR, E TER A INESQUECÍVEL SENSAÇÃO DE DESLIZAR SOBRE OS PATINS”. Ao lado dos esportes com patins, o *body jumping* é presença constante. Grande destaque foi conferido também ao salto do “ÚNICO BASEJUMPER⁶ BRASILEIRO”, acompanhado por um norte-americano, de um prédio abandonado no centro de São Paulo. O evento foi apresentado como “PARAQUEDISMO KAMIKASE”.

A associação do esporte representado na TV a cabo com a *natureza* nos faz cogitar a possibilidade do mesmo fenômeno da virtualização dos corpos apontado por

⁶ Salto de paraquedas partindo de uma base fixa de curta altura, como pontes, torres.

Lévy estar ocorrendo também com a natureza. Já havíamos anteriormente identificado a ligação do esportes radicais com a natureza – terra, ar e mar – no discurso televisivo (Betti, 1997; 1998). A TV a cabo vai além, buscando paralelos entre o esporte e a natureza. Na propaganda do próprio canal, por exemplo, faz-se analogia entre atletas e animais (o corredor é um leopardo que corre pela planície, o lutador é um urso feroz etc.). A exigência da maximização da espetacularização fez transformar a natureza em estúdio de TV, e o estúdio de TV em natureza. Na competição de manobras com o caiaque, um trecho de rio, na França, parece um estúdio de TV na natureza. À noite, a iluminação cobre apenas uma pequena curva, visualmente limitada em um dos lados por uma ponte, do outro pela própria escuridão. As margens estão tomadas por holofotes, câmaras, competidores e um pequeno público. Um a um, sob a luz dos holofotes, os atletas manobram pela forte correnteza, por entre pedras. No movimento inverso, a competição de *windsurf indoor* fez criar um lago artificial, com enormes ventiladores produzindo o vento que impulsiona as velas e os atletas, que disputam colocações numa corrida de trajetória irregular, ou por sobre uma rampa, que lhes proporciona um alto e longo salto, quando realizam manobras espetaculares em pleno ar. Estaria aí presente a dialética virtualização/atualização da natureza, de que nos fala Pierre Lévy?

Cultura dominante e cultura alternativa

No âmbito da Sociologia do Esporte, os chamados “culturalistas” têm-se dedicado a estudar o esporte como cultura popular, a multiplicidade de formas e significados do esporte, e o esporte como um campo de luta, em que se defrontam aqueles diferentes significados e formas (Betti, 1997; 1998). Para Hargreaves (1982) o esporte precisa ser entendido em termos dialéticos, como um processo de recíproca interação entre grupos e classes, que é pleno de tensão, antes que um processo de determinação unilateral e imposição de um grupo ou classe sobre outro.

Donnelly (1993) aponta a natureza seletiva e elitista da cultura esportiva dominante, e o fato de que aspectos como a aquisição de habilidades em alto nível, especialização e recompensas serem vistas como naturais e normais atesta o sucesso da hegemonia da cultura esportiva dominante. Contudo, esta hegemonia sofre continuamente oposição por conteúdos residuais e emergentes da cultura, os quais a cultura dominante, por sua vez, tenta incorporar ou suprimir. O objetivo da cultura dominante é apresentar-se a si própria como normal e natural – a única possibilidade de fazer e pensar as coisas. A sobrevivência de culturas residuais e o aparecimento de culturas emergentes demonstra a existência de outras possibilidades.

Donnelly e outros sociólogos (p.e. Inghan, 1975; Donnelly & Young, 1985) trabalham com o conceito de “subcultura”, uma unidade cultural que é parte da cultura dominante, mas também mantém e produz ideologias e formas culturais alternativas. Constituem-se em espaços onde os valores dominantes da sociedade são transmitidos, contestados e negociados. As subculturas podem abranger desde a manutenção da tradição (cultura residual) até os mais ativos espaços de inovação cultural (cultura emergente), envolvendo processos de *resistência e transformação*.

Resistência refere-se às ocasiões em que as formas, os significados e as maneiras pelas quais o esporte sobreviveu ao longo do tempo tornam-se anacrônicos e, possivelmente, opostos à cultura esportiva dominante. Para Donnelly (1993) a resistência do alpinismo, por exemplo, resultou da preservação da idéia de que um esporte não-racionalizado e não-burocratizado poderia existir.

Donnelly enfoca também as mudanças “contraculturais”, associadas com os movimentos sociais das décadas de 60 e 70, que incluem o *fitness*, o movimento ecológico, “novos jogos” (como o *frisbee* e jogos cooperativos), artes marciais como o *aikidô*, e exercícios meditativos como a ioga e o *tai chi*. Esta riqueza da produção cultural confirma, para ele, que a hegemonia nunca é facilmente conquistada. Apesar das críticas, Donnelly considera que o movimento do *fitness* (que inclui, por exemplo, a aeróbica e musculação) tem sido capaz de envolver um grande número de pessoas antes excluídas de oportunidades de prática corporal, e criou diversas alternativas não-competitivas. O movimento ecológico levou a um significativo incremento na participação em esportes e atividades ao ar livre. O esporte “esverdeou”, para usar a expressão de Donnelly. Tal fenômeno pode representar uma insatisfação com a excessiva tecnologização e urbanização. Embora algumas atividades tenham sido parcialmente incorporadas pela cultura esportiva dominante, estes esportes constituem uma alternativa ao modelo hegemônico, por causa de suas diferenças em forma e significado. Já Beal (1995), estudando *skatistas* amadores nos EUA, concluiu que a subcultura do *skate* apresenta-se como uma forma de cultura popular que resiste às relações sociais capitalistas, opõe-se às competições formais e apresenta comportamentos cotidianos e velados de resistência.

Práticas alternativas, e atribuição de significados divergentes aos da cultura esportiva dominante apareceram em algumas matérias da TV a cabo. Na matéria sobre hóquei, por exemplo, a dimensão da “competição” põe-se ao lado da “curtição”, com declarou um praticante: “... É UMA DIVERSÃO, É UMA TERAPIA ENTRE AMIGOS, COMO FORMA DE ALIVIAR O *STRESS*”. Numa rara matéria sobre ginástica alternativa, apresenta-se um “NOVO RUMO” nesta área, uma “GINÁSTICA DE QUALIDADE”, que busca “SAÚDE E BELEZA”: o *iso stretch*, da “MESMA ESCOLA DA RPG E ANTI-GINÁSTICA”, baseada em poucas repetições dos movimentos, em que “ABDOMINAIS E FLEXÕES TOMAM NOVAS FORMAS”.

Conclusão

A apropriação ou reflexão crítica, a última etapa da metodologia de interpretação proposta por Paul Ricoeur, deixa-nos agora mais indagações que respostas. A TV a cabo privilegia, dentre as direções do discurso televisivo que arrolamos em Betti (1997), as categorias “Adrenalina” e “Espetacular”, tanto porque são sua “marca registrada”, como pelo número de horas dedicada aos esportes radicais, só inferior à soma da programação dedicada ao futebol.

Identificamos na programação esportiva de canais da TV a cabo a tendência apontada por Santaella (1996): a ênfase no próprio meio e nas suas possibilidades de linguagem, engendrando mensagens intersemióticas complexas, mas que privilegiam o

imagético. Por outro lado, a interpretação destas mensagens, por parte do telespectador, é também mais complexa, por exigirem simultaneamente diversos sentidos perceptivos. Seria possível à Educação Física, e à escola, de modo geral, fornecer instrumentos para a interpretação crítica de um discurso assim constituído?

O privilégio aos esportes radicais e a maximização da espetacularização presentes no discurso da TV a cabo fazem jus ao fenômeno da virtualização dos corpos apontado por Lévy (1996). E se a virtualização exige um processo de resolução – a atualização –, como poderá a Educação Física “solucionar o problema”, quer dizer, *atualizar-se*, no entendimento de Pierre Lévy? A reação à virtualização dos corpos exige os esportes que ultrapassam limites e intensificam sensações – exatamente o surfe, o *skate*, a asa delta... Como incluir estas modalidades nos programas de Educação Física Escolar? Seria suficiente *falar sobre* elas e conhecê-las por intermédio das produções da mídia como indica os PCNs – Educação Física (Brasil, 1998)? Ou ainda, pedir aos alunos que tragam à escola seus patins, *skates* e bicicletas para com elas realizar exercícios de equilíbrio e coordenação, como propõe Giraldes (1989)?

Por outro lado, a maior amplitude de modalidades coberta pela TV a cabo e algumas matérias de caráter investigativo possibilitam uma visão mais contemporânea, e por vezes crítica, da cultura esportiva. Também as matérias que apresentam práticas alternativas e não competitivas, e atribuição de significados e valores que se opõe ao discurso hegemônico sobre o esporte (vitória, esforço máximo, dinheiro etc) parecem ser mais freqüentes na TV a cabo que na TV aberta. Todavia, são indicações que mereceriam um estudo mais aprofundado para serem confirmadas. De qualquer maneira, no contexto brasileiro, o acesso a tais informações possivelmente encontra limitações de ordem socioeconômica.

Abstract

It was tried to understand the cable speech about sport and to show its possible repercussion on Physical Education based on Paul Ricoeur's hermeneutics. It was detected the predominance of radical sports subjects, and the messages were characterized on its semiotic complexity, interlacing different codes, with image predominance. These characteristics allows the show making of sport to turn it into goods as a pure teleshov image. This interpretation goes over the body virtual/actual dynamic proposed by Lévy (1996) and to the concepts of "dominant" and "alternative" sport culture. Finally, it is asked about the possibility of Physical Education to provide tools to a critical interpretation of a speech like that.

Keywords: *sport; television; hermeutics; Physical Education.*

Referências bibliográficas

BABIN, Pierre; KOULOUMDJIAN, Marie-France. *Os novos modos de compreender: a geração do audiovisual e do computador*. São Paulo: Edições Paulinas, 1989.

- BEAL, Becky. Disqualifying the official: an exploration of social resistance through the subculture of skateboarding. *Sociology of Sport Journal*, v.12, p. 252-57, 1995.
- BETTI, Mauro. *A janela de vidro: esporte, televisão e educação física*. Campinas: Faculdade de Educação, Unicamp, 1997. (Tese de doutorado em Educação)
- _____. *A janela de vidro: esporte, televisão e educação física*. Campinas: Papyrus, 1998.
- BRANDÃO, Helena H. N. *Introdução à análise do discurso*. Campinas: Editora da Unicamp, 1991.
- BRASIL, Ministério da Educação e do Desporto, Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros curriculares nacionais – terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: educação física*. Brasília: MEC, SEF, 1998.
- DONNELLY, Peter. Subcultures in sport; resilience and transformation. In: INGHAN, Alan G; LOY, John W. (ed.). *Sport in social development; traditions, transitions and transformations*. Champaign, Ill., Human Kinetics, 1993.
- DONNELLY, Peter; YOUNG, Kelvin. Reproduction and transformation of cultural forms in sport; a contextual analysis of rugby. *International Review for the Sociology of Sport*, n. 20, v. 1-2, p. 19-38, 1985.
- DUNCAN, Margaret C. A hermeneutic of spectator sport: the 1976 and 1984 Olympic Games. *Quest*, v. 38, p. 50-77, 1986.
- ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- EURASQUIN, M. Alfonso; MATILLA, Luis; VASQUEZ, Miguel. *Os teledependentes*. São Paulo: Summus, 1983. (Novas buscas em educação, 14).
- GALUPPO, Ricardo. A grande onda da geração dos shoppings. *Revista Veja*, n. 32, agosto de 1994, p. 66-71.
- GIRALDES, Mariano. Educación física e pós-modernidade. *Stadium*, n. 45, p. 23-27, 1989.
- GOMES, Laurentino. Retrato melhorado. *Revista Veja*, São Paulo, 11 set 1996, p. 32-7.
- HARGREAVES, John. Sport, culture and ideology. In: HARGREAVES, J. (ed.). *Sport, culture and ideology*. London: Routledge & Kegan Paul, 1982.
- HARRIS, Janete C. Hermeneutics, interpretative cultural research and the study of sports. *Quest*, v. 33, n. 1, p. 72-86, 1981.
- HESLING, Willem. The pictorial representation of sports. *International Review for the Sociology of Sport*, v. 21, n. 2, p. 173-193, 1986.
- INGHAN, Alan. Occupational subcultures in the work world of sport. In: BALL, D.W.; LOY, D. W. (ed.) *Sport and social order*. Reading, MA, Addison-Wesley, 1975.
- JORNAL DA CIDADE. Novas concessões de televisão paga já estão pulverizadas. *Jornal de Cidade*, Bauru, 16 nov. 1998, Brasil, p. 23.
- LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.
- LOPES, Timóteo. Futura; o canal do conhecimento. *Guia de programação multicanal*, n. 43, setembro de 1997, p. 6-8.
- NEIVA JÚNIOR, Eduardo. *A imagem*. São Paulo: Ática, 1986.

- PORTO, Sérgio D. As teorias de comunicação de massa diante das novas tecnologias; início do fim da comunicação massiva? In: FADUL, A. (org.) *Novas tecnologias de comunicação*; impactos culturais e sócio-econômicos. São Paulo: Summus, Intercom, 1986.
- RICOEUR, Paul. *O conflito das interpretações*: ensaios de hermenêutica. Rio de Janeiro: Imago, 1978.
- _____. *Teoria da interpretação*: o discurso e o excesso de significação. Lisboa: Edições 70, 1987.
- _____. Paul. *Interpretação e ideologias*. 3. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988.
- _____. Paul. *Do texto à ação*: ensaios de hermenêutica II. Porto: Rés, s.d.
- SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.
- SOARES, Ismar de Oliveira. *Sociedade da informação ou da comunicação?* São Paulo: Cidade Nova, 1996.
- TOLEDO, Paulo. Setor de TV por assinatura deve investir US\$ 45 bilhões até 2001. *Jornal da Cidade*, Bauru, 21 dez 1997, Economia, p.2.
- WILLIAMS, John. The local and the global in english soccer and the rise of satellite television. *Sociology of Sport Journal*, v. 11, p. 376-97, 1994.