

O IMPACTO DA MÍDIA E DAS NOVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO NA EDUCAÇÃO FÍSICA*

Vani M. Kenski¹

A prática da Educação Física, assim como o desenvolvimento da maioria das competições esportivas e dos campeonatos das mais diversas modalidades - e nos mais diferentes âmbitos (regional, nacional e internacional) - até bem pouco tempo, não tinham o espaço e a atenção ampliada dos mídias, como parece estar ocorrendo nestes últimos anos.

A imprensa escrita, tradicionalmente, dedicava uma ou duas páginas dos jornais para apresentar os resultados dos campeonatos de futebol e, esporadicamente, de algum outro esporte em que as equipes nacionais se destacassem. Salvo em ocasiões especiais - a Copa do Mundo de Futebol, as Olimpíadas, a Fórmula Um do Automobilismo - não havia por parte da Imprensa diária um grande destaque sobre os feitos esportivos dos atletas brasileiros.

Alguns coisas mudou. Os jornais dedicam seções diárias (e até mesmo cadernos inteiros) aos acontecimentos esportivos, nacionais e internacionais, ocorridos nas mais diversas modalidades. O Esporte tornou-se uma área importante da imprensa e que exige um profissional especializado - o jornalista esportivo - para escrever e analisar as partidas, os games, os sets; os percursos e circuitos em que se desenrolam as competições. Informar ao leitor; "ensinar" e discutir novas regras e exigências a serem obedecidas pelos atletas durante as competições; analisar os desempenhos dos participantes, são algumas das atribuições dos profissionais da mídia impressa especializados em determinados tipos de esportes.

Para poder tornar mais concreta a minha observação resolvi fazer um levantamento sobre as matérias veiculadas em um caderno "Esportes" do jornal "Folha de São Paulo", selecionado aleatoriamente. Minha intenção ao fazer tal observação foi a de realizar um levantamento sobre que tipo de notícia aparece (ou predomina) em um setor especializado da mídia impressa. Escolhi o caderno do dia 16 de maio de 1995. Em suas quatro páginas, o caderno dedica o espaço correspondente a mais de três delas para o futebol. Nas páginas ímpares, as mais nobres, veem-se notícias sobre o campeonato estadual, nacional, a Copa América e, mesmo, notícias menores sobre times da

Itália e da França. Nas páginas pares, aparece o "placar", com os resultados oficiais dos campeonatos nos diversos estados; um artigo sobre dois times italianos e uma grande reportagem com Pelé, na página quatro, sobre a discutida questão do seu milésimo gol.

Fora futebol, os esportes que se destacam nesta edição são, por ordem: os jogadores e os times do campeonato americano de basquete; notas pequenas sobre o vôlei; o tênis e, em um quadro discreto, notícias sobre o 11o. Torneio Internacional de Atletismo, encerrado na véspera no Ibirapuera. No meio desta matéria sobre atletismo um depoimento interessante: "Malzoni (o organizador) lamentou a pequena presença de público no Ibirapuera. Ele diz que "mesmo com o tempo ajudando... as pessoas ficam em casa e acabam vendo pela televisão". E acrescenta, "os jovens gostam muito do esporte. Queremos aumentar a platéia nos próximos anos, porque o torcedor dá maior emoção ao espetáculo". Na mesma matéria, Joaquim Cruz, o grande atleta, afirma: "A presença do público e o apoio da mídia nos ajudam na procura de patrocínio". É também sobre público, o que assiste aos jogos de futebol, a matéria principal desta edição. Na primeira página do caderno a manchete afirma que "Santos vira a capital do futebol em SP", uma vez que a cidade tem mais público presente nos jogos realizados em seus estádios que as demais cidades de S. Paulo. Em um de seus parágrafos a reportagem informa que, mesmo em uma quinta feira, com transmissão do jogo ao vivo pela TV, houve uma presença de um maior número de torcedores do que em um outro jogo realizado na Capital, por exemplo.

Neste mesmo caderno, notícias sobre a televisão e os acontecimentos esportivos aparecem em dois outros espaços. Logo na primeira página, em destaque, um quadro mostra o que há de "melhor na tv" sobre esportes naquele dia. Na página dois um novo quadro apresenta a programação de rádio e tv do dia e o destaque (com foto) para o jogo entre o Chicago Bulls e o Orlando Magic (EUA).

Desta rápida observação de um caderno de Esportes podemos inferir algumas características que podem orientar as nossas reflexões sobre os impactos das mídias e das novas tecnologias na Educação Física.

A primeira delas é de que, para os "jornalistas esportivos", o esporte é notícia quando envolve competição. A segunda é que, em todas as competições, a presença de público é importante. A terceira, é de que a

* Palestra proferida no V Simpósio Paulista de Educação Física, Depto. de Educação Física, UNESP de Rio Claro, 1995.

¹ Professora da Faculdade de Educação da UNICAMP

mídia impressa tem relação direta com os espetáculos esportivos transmitidos pela televisão. Um outro ponto é que o esporte "fala" uma língua internacional, a de suas próprias regras, e que pode ser compreendida pelos torcedores, independente da cultura e do país onde as competições se realizem. Uma atração "global" no sentido da possibilidade de transmissão ao vivo destes eventos para todo o mundo, sem necessidade de dublagem, legenda ou tradução.

Estas constatações refletem-se de múltiplas e ampliadas formas no interesse que as redes de televisão têm em transmitir programas esportivos. O alcance da televisão e as inovações tecnológicas, que permitem a transmissão ao vivo dos mais variados acontecimentos esportivos, fazem dos esportes um grande sucesso de audiência.

A TELEVISÃO E O ESPORTE

A competição esportiva sempre precisou de público. A presença dos torcedores anima o time e, muitas vezes, auxilia a disposição dos jogadores para lutar pela vitória.

A presença da televisão nos torneios vem ampliar e alterar esta relação direta entre o público e os desportistas. O desportista, aparentemente, continua o mesmo, mas os públicos (o presente ao estádio e o telespectador) são diferentes e assistem a espetáculos diferentes, na mesma competição.

O público presente ao estádio, na perspectiva do telespectador, também faz parte do conjunto do espetáculo. O barulho das torcidas, os "olas", as expressões faciais e corporais dos torcedores captados pelo zoom das câmeras, são elementos destacados e que merecem atenção, no conjunto do show esportivo. O programa que é oferecido ao telespectador é muito mais amplo do que a simples competição. Embora o esporte seja o ponto central do programa, os demais componentes também atraem a atenção e se relacionam diretamente com o sucesso de audiência.

Entre os componentes de um espetáculo esportivo transmitido pela televisão destacam-se várias inovações. A cada dia surgem ângulos novos para captação de imagens como, por exemplo, as tomadas realizadas pelas câmeras nas mais diversas posições (do plano geral, tomado do alto de uma torre ou de um helicóptero que sobrevoa o local da competição, até as feitas com câmeras colocadas no interior dos veículos de Fórmula 1 ou nas laterais das piscinas, na linha de chegada...), impossíveis de serem observadas pelo espectador concretamente presente ao evento. Um outro grande apelo televisivo está na maneira coloquial, envolvente, entusiasmada com que os narradores e comentaristas acompanham os lances das partidas. As fórmulas pessoais de narração do que ocorre em campo já eram

utilizadas, há muito tempo, pelos antigos locutores de rádio. O sucesso destes novos profissionais diante do público, no entanto, é diferenciado. As preferências dos telespectadores por um determinado locutor, altera os índices de audiência dos programas esportivos e cria uma "torcida" paralela, formada pelos simpatizantes deste ou daquele profissional.

Os sons, as músicas, as possibilidades de captar e recortar instantes específicos das partidas (o recorde, a marca, as faltas, os passes, os desastres, a dor ou a alegria da vitória), os efeitos especiais (incluindo computação gráfica e demais recursos da tecnologia eletrônica de última geração), fazem dos programas não mais uma simples transmissão de uma competição esportiva, mas um autêntico show, um espetáculo que visa o entretenimento do público e no qual, inclusive os jogadores tomam parte.

Jogadas ensaiadas, coreografias para comemorar o gol ou a vitória, o apelo à bandeira do clube e do Brasil, o visual do time e do jogador em particular, os uniformes renovados a cada temporada... todos estes e outros aspectos são novas preocupações que se encontram presentes na preparação dos desportistas para a competição. A preocupação dos times ao entrar em campo não é mais apenas a de competir e se preocupar em alcançar a vitória. O esporte é espetáculo e, como espetáculo, precisa agradar ao seu público.

O "artista esportivo" revela-se para a platéia real de torcedores e a virtual, de telespectadores, para a qual apresenta sua performance e anseia se destacar. Ser conhecido, como diz Joaquim Cruz, "ter uma boa imagem diante da mídia" é garantir patrocínio. O "atleta super star" é valorizado comercialmente como espaço publicitário por onde podem ser veiculadas as mensagens dos patrocinadores. Divulga-se o campeão e, junto com ele, uma imagem símbolo, valorizada socialmente, de saúde, força, poder, vitória e prestígio.

O produto comercial identificado com a imagem do atleta campeão procura, através da publicidade, beneficiar-se destes atributos e estendê-los a si próprio. O produto também é campeão e, nesta perspectiva, é melhor que todos os outros e merece a preferência na escolha e no consumo do público admirador do atleta. Por outro lado, esta necessidade de identificação com o ídolo esportivo, manifesta-se nos torcedores pelo desejo de adquirir objetos, de consumir produtos que tenham a marca ou a aprovação do campeão. A publicidade veiculada pelos mídias faz uso dos personagens esportivos para vender e não se queixam dos resultados dos investimentos. As mensagens publicitárias apresentadas por Pelé, Gustavo Borges, Rubem Barrichelo e tantos outros, fazem parte do cotidiano televisivo em espaços e horários diversos. Os atletas são figuras de destaque na mídia e, enquanto forem campeões, têm espaços assegurados nas campanhas publicitárias.

Os programas esportivos têm público certo. Um público amplo e bem diversificado. O esporte atrai as pessoas de todas as idades, todas as nacionalidades e todos os níveis de instrução e condição social. Um ótimo investimento para um espetáculo fácil de ser produzido: os cenários já estão preparados e os artistas já estão a postos. Um investimento que atrai o interesse de muitos patrocinadores, dispostos a atingir a esta massa através da veiculação permanente de seus logotipos durante todo o tempo da partida. O esporte é um grande, e quase sempre bem sucedido, investimento financeiro.

Para a televisão, e para a mídia em geral, o esporte é uma fonte inesgotável de notícias, de público e de lucro. O momento da competição, propriamente dito, é apenas um "pré-texto". Novas e múltiplas formas de exploração das imagens e dos personagens esportivos se apresentam a cada dia. Programas retrospectivos, "os melhores momentos", "os gols da rodada", entrevistas com jogadores e atletas, debates com especialistas, são tipos tradicionais de exploração mediática do fenômeno esportivo. Além desses, os jogadores famosos e campeões são chamados para "talk-shows" e programas de auditório. Cantam, dançam, gravam discos, escrevem livros, produzem moda e perfumes. Participam de novelas ou são inspiradores de personagens de filmes e histórias de ficção.

A mídia televisiva se alia aos outros meios de comunicação para explorar a imagem do sucesso esportivo do momento e consumi-la como mais um produto descartável. Os patrocinadores, por sua vez, investem no sucesso destes programas - e das equipes e jogadores bem sucedidos - para divulgar e vender mais os seus produtos. Os clubes, as equipes, os jogadores e atletas, por sua vez, aproveitam as chances de aparecer diante da grande massa de telespectadores para se tornarem mais conhecidos, mais populares, garantir patrocínio e auferir maiores lucros, é claro. Aparentemente todos lucram, todos ficam satisfeitos. A ética esportiva alterou --se do ideal de que "o importante é competir...". Transformou-se em um novo ideal em que "tão importante quanto vencer, é ser conhecido, ser famoso, aparecer, lucrar...".

A obediência a esta nova ética esportiva vai repercutir intensamente na profissão. O desejo de mediatização maciça das mais diversas modalidades de esportes impõe que novas necessidades, novas práticas, novas regras sejam acrescentadas (ou alteradas) na atividade esportiva.

Estas alterações de regras visam a melhor exploração do espetáculo pela televisão, a veiculação mais intensiva de espaços de publicidade durante os eventos e a ampliação do público telespectador ligado à esse tipo de programação. Assim, procura-se adaptar os calendários dos eventos e os horários de transmissão das partidas, aos dias e horários desejáveis e convenientes às cadeias de televisão. Por outro lado, a duração das

partidas vem sendo também questionada. São previstas alterações, em determinadas modalidades, para que ocorram intervalos regulares e cronometricamente determinados, a fim de que os canais que transmitem os eventos esportivos, possam apresentar suas mensagens publicitárias nestes intervalos (a imprevisão do tie-break prejudica a transmissão pela tv, por exemplo). Como apropriação comercial, as competições esportivas vem sendo pressionadas para reformular as regras dos jogos, de maneira a favorecer ao máximo a sua exploração publicitária.

A própria arquitetura dos estádios é alterada de maneira a transformá-los em megastúdios televisivos, com painéis publicitários, espaços estrategicamente definidos para colocação das câmeras e das equipes dos diversos canais de televisão.

Por ser um tipo de programação altamente rentável, os campeonatos e competições dos esportes mais populares são alvo de uma competição paralela, entre as redes de televisão, na luta pela obtenção dos direitos de transmissão dos eventos. Criam-se assim hierarquias em que se privilegiam determinados tipos de modalidades esportivas e seus respectivos campeonatos e alguns outros esportes, menos nobres, que não são sequer mencionados pela mídia.

Para manter o público dependente da transmissão televisiva tudo é válido, até mesmo a locação integral do estádio onde vai ocorrer o evento. Estádios fechados para o público, transmissão exclusivamente feita pela televisão, são formas de garantir a audiência para aqueles esportes de primeira linha e de público indeciso entre ir ver a competição ao vivo ou pela televisão.

Estas interpenetrações entre a televisão e o esporte são novas e ainda não foram alvo da atenção que merecem por parte dos profissionais de Educação Física. O impacto dos mídias na profissão é acentuado e extremamente recente e precisa ser investigado, analisado e compreendido criticamente.

A penetração da televisão em todos os aspectos da vida cotidiana é uma característica do nosso estágio cultural de civilização e precisa ser compreendido como realidade com a qual se tem de conviver, não a aceitando incondicionalmente, mas se posicionando e procurando aproveitar da melhor forma possível a nova realidade, em benefício dos ideais profissionais que merecem ser mantidos.

As transformações sociais e culturais hora em curso em todos os aspectos e segmentos da sociedade, advindas da presença maciça dos mídias e das altas tecnologias de comunicação, vem sendo objeto de estudos e análises de pesquisadores da Sociologia, da Antropologia, da Comunicação e de muitas outras áreas do conhecimento. No que diz respeito à Educação Física - em um sentido amplo - estas mesmas áreas já possuem profissionais interessados em analisar as relações entre os fenômenos esportivos e sua veiculação pela mídia, em

seus mais diversos aspectos. Neste sentido, os profissionais da área não podem estar ausentes destes estudos e reflexões. É preciso que os profissionais da Educação Física se abram para mais esta modalidade profissional - esporte e comunicação - para refletir, pesquisar, intervir e se posicionar diante de todos os novos aspectos que estão literalmente em jogo no encaminhamento futuro do esporte em um sentido global.

O COMPUTADOR E O ESPORTE

A popularização da informática, a partir da criação dos microcomputadores, veio trazer um novo desafio para os profissionais da Educação Física. A banalização dos computadores e a queda vertiginosa de seus preços nos últimos anos, possibilita que ele possa ser visto, daqui a bem pouco tempo, como mais um produto eletrodoméstico, como a geladeira e a televisão, por exemplo.

O computador fascina. Os softwares com competições esportivas garantem, aos seus jogadores, emoções similares às vividas concretamente. Coloca o jogador dentro da quadra de basquete, integrando o time do "Chicago Bulls", por exemplo, em partida decisiva contra o "Lake's". Ou numa final de tênis no torneio de Wimbledon, ou em qualquer competição internacional importante de outra modalidade esportiva.

A capacidade interativa dos "games" de maneira geral, elimina o caráter passivo dos habituais telespectadores. O atleta virtual está dentro da arena, no cenário da partida, e o seu desempenho será acompanhado e pontuado. Pode alcançar a vitória, quebrar recordes, subir ao pódio e receber medalhas virtuais, sem se deslocar da cadeira e da frente da tela do computador.

A atração e o fascínio despertado pelos games autoriza a sua proliferação e desenvolvimento de novos softwares cada vez mais próximos da realidade dos ambientes dos jogos. Na atualidade, um computador bem equipado, com todos os equipamentos de multimídia, pode dar ao "jogador" a sensação feliz de estar disputando uma partida decisiva de qualquer modalidade esportiva, com a perícia, a técnica e o nome dos grandes times internacionais, sem os riscos inerentes ao esporte, as obrigações de treinamento intensivo, e o longo tempo e todas as atribulações que existem no caminho entre o iniciar-se no esporte e a sua consagração, como campeão.

No mundo virtual da informatização tudo é muito rápido e, aparentemente, muito fácil. A partir do momento em que acesso o software apropriado, posso assumir uma posição no jogo decisivo entre os grandes times de basquete americano. Ou posso pilotar o meu próprio carro de Fórmula 1, ou ainda bater o recorde em competições internacionais de qualquer modalidade esportiva. Os comandos eletrônicos de que dispõem os computadores

mais avançados tornam quase "reais" estes torneios. Ou melhor, eles são virtualmente reais e atraentes.

Mergulhar nestas práticas esportivas virtuais é uma experiência fascinante que mobiliza crianças e jovens adolescentes, principalmente. A habilidade com que participam destes torneios não é em nada semelhante com a pequena destreza que a grande maioria demonstra em suas atividades de Educação Física nas escolas. Até certo ponto, o esporte virtual, praticado nos *video games* e terminais de computador, faz parte de uma outra realidade, mais veloz, mais bonita, mais atraente e com maior chance de sucesso do que a dura realidade concreta da prática esportiva.

Por outro lado, o próprio treinador ou professor, não incorpora às suas aulas e treinos as experiências dos seus alunos com estas novas tecnologias. Parecem que são dois mundos a parte que em nada se relacionam: o real e o virtual. No entanto, os jovens que vibram com as disputas nos videogames e softwares sofisticados são os mesmos que participam - com desempenhos variados - dos jogos e treinos reais. O basquete, o vôlei, o tênis, o futebol... que disputam na tela do computador obedecem às mesmas regras das partidas verdadeiras: gol é gol; falta é falta. Este é um novo e ainda não pensado desafio para a criatividade dos profissionais da Educação Física. A integração entre estes dois espaços distintos: a competição virtual e a prática real do esporte, é um dos novos aspectos desafiadores que se apresenta aos profissionais da área, na nova sociedade tecnológica. A incorporação das vivências virtuais às práticas reais pode possibilitar melhores performances dos jogadores e uma maneira agradável de se orientar a aprendizagem de comportamentos e regras básicas para a prática das atividades de Educação Física.

Em uma época em que a interação das pessoas é realizada, cada vez de forma mais acentuada, apenas com os recursos eletrônicos de comunicação e informação (a televisão e o computador, sobretudo), torna-se muito importante descobrir atividades que possam quebrar o isolamento social dos sujeitos. Para isto, as práticas esportivas parecem vir ao encontro das necessidades da cultura e da sociedade neste final do século. Características como a utilização de uma linguagem internacional, orientada pelas regras dos jogos; a possibilidade de interação permanente e do trabalho em equipe para o alcance de resultados; os desafios e cobranças desconhecidas que fazem com que os jogadores estejam psicologicamente preparados para a possibilidade de surgimento de algo novo e inusitado, que venha a alterar todo o desenvolvimento da partida; o treino constante, a disciplina e a ousadia - permanentemente necessárias para levar o time à vitória; o movimento, a ação.... são requisitos cada vez mais necessários para o bom desempenho em qualquer atividade profissional na época atual e que estão presentes nas atividades esportivas.

É preciso, no entanto, que o profissional de Educação Física se dê conta de que mais do que preparar um sujeito para uma prática esportiva, ele está contribuindo para a formação de um novo sujeito, para uma nova sociedade.

É preciso ainda que os profissionais da área venham a se defrontar com os recursos tecnológicos mais recentes não como obstáculos às suas práticas, mas com a finalidade de compor parcerias, pesquisar novas possibilidades de treinamentos e aprendizagens, novos usos e auxílio na melhoria dos desempenhos de toda a equipe, inclusive a sua própria.