

## Um banquete no olimpo: o esporte nas ondas do rádio\*

Caroline de Souza Ferreira\*\*

Fernando Mascarenhas\*\*\*

### Resumo Abstract

As tecnologias da mídia, ao mesmo tempo em que criam novas formas de circulação de imagens e mensagens, alteram as dinâmicas de percepção e intervenção na realidade. Os veículos de comunicação de massa, quando a serviço dos blocos de poder interessados na manutenção do atual modo de organização societal, operam com a fragmentação, a descontinuidade e o simulacro, tendendo ao tratamento espetacularizado dos variados fenômenos contemporâneos. Diante desta problemática, este texto tem como objetivo investigar como o esporte vem sendo tratado pela mídia na estrutura radiofônica, procurando problematizar a cobertura dos Jogos Olímpicos de Sydney, realizada pelo programa *Banquete Esportivo* da Rádio

Universitária da UFG.  
**Palavras chave:** Educação Física, Esporte e Mídia.

The media's technology, in the same time that created new form of images and messages circulation, they transforming the dynamic of reality perception and intervention the mass media, when to be service of power bloc interested in the mantenation of actual society organization, they opereted with breaking up, discontinuity and simulacrum, the tendency is the spectaculary daring performance of contemporany phenomon. In front of this problem, the papper to be gool to investigate what form the sport to be understanding / developing from the radio media, specialty in the *Sports Banquet* program in the UFG's University Radio, that transmited the Sydney's Olympic Games.

**Keywords:** Phisic Education, Sport and Media

---

\* Texto elaborado a partir da monografia "Banquete Esportivo: a cobertura dos Jogos Olímpicos de Sydney pela Rádio Universitária da UFG", defendida pela aluna Caroline de Souza Ferreira junto ao Curso de Licenciatura em Educação Física, sob orientação do Prof. Ms. Fernando Mascarenhas.

\*\* Licenciada em Educação Física pela Faculdade de Educação Física da Universidade Federal de Goiás.

\*\*\* Professor da Faculdade de Educação Física da Universidade Federal de Goiás.

## Introdução

As tecnologias da mídia vêm transformando, ao longo dos últimos anos, nossas formas de perceber o mundo e de sobre ele agir, imprimindo novas dinâmicas de circulação das ideologias. O telefone, o rádio, a televisão, o celular, o computador e a internet nos abriram novas condições e possibilidades de comunicação, informação e entretenimento, permitindo-nos um contato com pessoas e lugares antes distantes e inacessíveis. Entretanto, este mesmo contato pode oscilar contraditoriamente entre aproximação e distanciamento, entre conscientização e alienação, dependendo da maneira como tais inovações são apropriadas.

Para efeito deste trabalho, em um primeiro momento, estaremos discutindo a relação entre o esporte e a mídia numa tentativa de problematizar a subordinação do fenômeno da competição esportiva aos processos de acumulação do capital, denunciando a existência de um esporte globalizado para a criação e circulação de novos mercados e mercadorias. Posteriormente, dedicaremos ao tema da radiodifusão, analisando as funções estabelecidas para a Rádio Universitária da UFG e os objetivos propostos pelo programa *Banquete Esporti-*

vo, procurando construir uma análise sobre como o esporte foi tratado no período de cobertura dos Jogos Olímpicos de Sydney. Ao final, serão tecidas algumas considerações/sugestões em relação a tal cobertura.

## Esporte globalizado: mercadoria e espetáculo na feira do olimpo

O esporte moderno, como produção histórico-cultural da sociedade em constante movimento, projeta-se "(...) numa dimensão complexa de fenômeno que envolve códigos, sentidos e significados da sociedade que o cria e o pratica" (Coletivo de Autores, 1992, p. 70). No contexto da globalização, a maneira como o esporte tem sido pensado e organizado pelas corporações internacionais nele interessadas não escapa aos modelos de organização e pensamento da sociedade capitalista. O crescente interesse pelos investimentos na área, normalmente está associado aos valores e representações que este fenômeno provoca e ao retorno financeiro que pode trazer, dependendo da maneira como for apropriado. Dentre suas manifestações na atualidade, o esporte de alto rendimento ou esporte-espetáculo talvez seja a mais complexa e a que exerce maior influên-

cia sobre as demais. Em sua constituição, estão envolvidos ciência, tecnologia, mercado, mídia, homens, mulheres, crianças e, acima de tudo, muito dinheiro.

Entretanto, cabe aqui ressaltar que não é nossa intenção satanizar o espetáculo, que acreditamos refletir o atual “estado da arte” esportiva no universo do patrimônio cultural da humanidade. Numa visão incompleta e parcial deste problema, não nos atentáramos para o fato de que o esporte-espetáculo pode visar também a educação, muito embora a maioria de seus produtores atuais tentem alcançar, como objetivo principal, senão único, o lucro<sup>1</sup>. Mas o que justifica em nossa sociedade o interesse por este tipo de esporte tipicamente mercantilizado? A resposta passa pelo objetivo de sua utilização como um meio para a obtenção de algo, seja fama, audiência, vendas astronômicas, afirmação político-ideológica ou até o avanço da biotecnologia, a mais nova sensação dos últimos Jogos Olímpicos realizados em Sydney.

Quanto aos protagonistas deste espetáculo, não sabemos muito, apenas informações restritas que nos chegam através dos meios de comunicação, geralmente os momentos de glória do atleta, salários, contratos milionários e bens

acumulados. Em seus depoimentos, tudo parece ir sempre bem. Numa soma de imagens fragmentadas, construímos, em nossa imaginação, uma representação sincrética daquilo que pode ser verdadeiro neste mundo tão cercado de mitificações.

Neste sentido, Octavio Ianni (1999) afirma:

No âmbito do mundo virtual, as coisas, as gentes e as idéias, tanto quanto as identidades, alteridades, diversidades e desigualdades parecem mudar de figura e figuração. Como parecem deslocadas da experiência da realidade ou existência, aparecem como fantasias do imaginário. Podem ser criações prosaicas ou originais, mais ou menos elaboradas com base na estética eletrônica, de tal modo que muitos, muitíssimos, multidões são levados a visões de mundo destituídas de tensões e contradições (p. 25).

Esta impressão de se viver desenraizado, como que pairando sobre a realidade, intensifica-se no momento em que os vencedores são chamados a descrever o momento da vitória, como o russo Yuri Vlasov, levantador de peso, duas vezes campeão olímpico e quatro vezes campeão mundial, numa entrevista à Revista Veja<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> Noronha Feio (1978), em seu livro *Desporto e Política: ensaio para a sua compreensão*, estabelece de forma mais aprofundada um diálogo entre o *desporto-espetáculo-educação* e o *desporto-espetáculo-lucro*.

<sup>2</sup> O mundo chega a Sydney. *Revista Veja*, 13/09/00.

Subitamente, enquanto o sangue ainda está pulsando em sua cabeça, tudo se aquieta dentro de você. O ar se torna mais cristalino e branco, como se holofotes tivessem sido acesos. Nesse instante, você tem certeza de que todo o poder do mundo está em suas mãos, de que você tem asas. Não existe nada mais precioso do que este momento branco, e você vai se matar durante os quatro anos seguintes para saboreá-lo uma vez mais.

Por este “momento branco”, e não menos pela fortuna e status que o esporte pode trazer, atletas têm se submetido a treinamentos extenuantes e ao uso de substâncias – geralmente hormônios e anabolizantes – que garantam a máxima performance no momento da competição. Como não ser pego nos testes *antidoping*? Disso, a biotecnologia tem se encarregado. O importante é que o espetáculo precisa ser renovado, os ídolos precisam continuar ganhando e os recordes precisam ser quebrados. “Quando se fala em preparação, é difícil imaginar o que ainda pode ser feito para aumentar o potencial dos atletas sem ferir as leis esportivas com artifícios como o *doping*”.<sup>3</sup>

Nesta busca pela superação de limites no esporte, o corpo humano tem sido mais estudado do que nunca. Uma matéria apresentada pela Revista Veja<sup>4</sup> declarava que o esporte de alto nível estaria sendo “(...) o laboratório ideal para descobrir certos tipos de doença e desenvolver tratamentos eficientes para pessoas que nunca foram ou serão atletas”. Dizia ainda que vistos pela ótica da contribuição que deram à saúde de pessoas que nunca pisaram numa quadra ou numa pista de atletismo, os Jogos Olímpicos seriam “um espetáculo ainda mais rico”. Teriam sido os ratos de laboratório substituídos pelos próprios seres humanos? Não nos parece uma conduta acertada colocar em risco a saúde de uns para salvar a saúde de outros. Sabemos que as condições em que os atletas têm competido – sob o efeito de doping ou sujeitos à lesões de todo tipo – não podem ser consideradas saudáveis a ponto destes estarem aptos a contribuir com o avanço da medicina.

Da medicina para a publicidade, o esporte de alto rendimento ou espetáculo pode ainda ser utilizado como “vitrine viva” de mar-

<sup>3</sup> Encostando no limite. *Revista Super Interessante*, agosto/2000.

<sup>4</sup> As lições de Sydney para sua saúde. *Revista Veja*, 13/09/00.

cas empresariais, que não economizam gastos para que a vitória e performance de atletas ou equipes por elas patrocinadas possam ser associadas a uma posição similar no mercado ou à qualidade de seus produtos e serviços. Os investimentos têm sido tão altos que apenas empresas mais ricas e poderosas têm conseguido patrocinar grandes eventos como os Jogos Olímpicos.

Nesta direção, Elio Salvador Carravetta (1997) coloca:

Os atletas são os artífices da espetacularidade esportiva, que se convertem em agentes publicitários das grandes empresas. Marcam um símbolo atrativo da vida moderna que expressa o êxito, identifica o progresso e através dos meios de comunicação fazem do esporte um indutor do consumismo (p. 47).

Com tanto capital investido, nunca os atletas foram tão pressionados a ganhar como hoje. O velocista brasileiro Claudinei Quirino, esperança de medalha nos 200 metros no atletismo em Sydney, declarou à revista *Veja*<sup>5</sup>, dias antes do início dos Jogos, que passou por

uma depressão que o levou a pensar em se matar por três vezes no período em que esteve se preparando para o evento. Seu técnico, Jayme Netto Junior, afirmou que Claudinei estaria em excelente forma física para competir, mas estaria precisando “ajustar” psicologicamente sua cabeça para Sydney. Neste sentido, concordamos com Elenor Kunz (1994), quando acredita que o esporte de alto rendimento tem hoje sérios problemas a enfrentar, problemas estes que têm atribuído características cada vez mais inumanas, muitas vezes ocultadas para que o show global possa continuar.

E no contexto do show ou, mais especificamente, dos Jogos Olímpicos de Sydney, o quadro de medalhas por país revelou uma hierarquia há tempos existente e normalmente ocultada. Os países ricos mais uma vez, e como nunca, lideraram o número de pódios, ganhando os Estados Unidos mais medalhas de ouro do que todos os países da América do Sul, África e Ásia juntos<sup>6</sup>. O Brasil continua na categoria de “terceiro mundo do esporte”, por ter conquistado uma medalha para cada 34 atletas e por não ter conseguido ganhar nenhuma medalha de

<sup>5</sup> O mundo chega a Sydney. *Revista Veja*, 13/09/00.

<sup>6</sup> O Mapa do Ouro. *Jornal Folha de São Paulo*, 27/09/00.

ouro. Uma desigualdade presente no esporte que parte da própria lógica pela qual a sociedade tem se organizado sob as atuais relações de produção.

Utilizados como meio de afirmação da supremacia política pelos países centrais ou como filão publicitário pelo cada vez mais restrito grupo de empresas patrocinadoras, geralmente multinacionais capazes de investir milhões, os Jogos Olímpicos representam um dos únicos eventos esportivos com aceitação e audiência mundial. Possuindo uma linguagem universal conseguida através da uniformização das regras e normas das 33 modalidades existentes, atualmente, o esporte olímpico pode ser entendido e praticado em qualquer parte do mundo. Trata-se do *esporte globalizado*, cuja combinação intensiva e extensiva de sua expansão permite que atletas de vários países participem de um mesmo evento e que pessoas das mais diferentes culturas e territorialidades possam assisti-lo e/ou consumi-lo nos próprios locais de competição ou em qualquer ponto do globo através dos meios de comunicação.

A regulamentação da competição é mantida pela legislação esportiva do Comitê Olímpico Internacional, que orienta a conduta dos competidores, define seus direitos, deveres e responsabilidades, estabe-

lecendo, ainda, como um mecanismo formal de controle, as devidas sanções para aqueles que violam as regras estabelecidas. Seus dirigentes são figuras de destaque na imprensa, com *status* comparável aos mandatários das nações. Segundo Carravetta (1997), o COI atua como uma empresa multinacional, na qual o risco decorrente do sistema de economia de mercado e de livre-empresa praticamente não existe, podendo desfrutar de todas as vantagens de uma empresa privada sem sofrer seus inconvenientes.

Contribuindo para a inserção do esporte na cultura global, as grandes corporações da mídia compram os direitos de transmissão dos eventos para o seu repasse aos espectadores de todo o mundo em forma de espetáculo. Regras de algumas modalidades esportivas chegam a ser alteradas para melhor se adequarem ao formato/tempo dos veículos de transmissão, atraírem maior atenção por parte dos espectadores e permitirem a devida inserção de anúncios e mensagens dos organizadores e patrocinadores do evento.

A esgrima, por exemplo, tem sofrido mudanças significativas em suas regras e materiais. O tempo da competição diminuiu, o número de integrantes por equipe passou de 5 para 4, os fios presos aos atletas serão nos próximos jogos

lhos eletrônicos e novos equipamentos como o uniforme colorido – para melhor visualização e identificação das equipes – e a máscara transparente – para que os olhos do competidor possam ser vistos – serão exigidos pelo COI nas próximas competições. O nosso familiar futebol também não escapou de alterações. O *golden gol*, critério de desempate que finaliza o jogo quando um dos times marca um gol no tempo de prorrogação, foi criado para tornar o jogo mais dinâmico e excitante, passando a ser utilizado também em outros grandes torneios, como a Copa do Mundo.

No que diz respeito aos equipamentos, a maioria dos produtos desenvolvidos para serem testados nos Jogos Olímpicos pelos atletas passa a ser vendida em lojas especializadas logo após o evento. Em busca da superação dos tempos e dos resultados já alcançados, a natação exibiu em Sydney roupas que imitam a pele dos tubarões e diminuem o atrito do corpo do atleta com a água. O atletismo lançou também uma roupa especial, que cobre o corpo dos pés à cabeça – visando melhorar a aerodinâmica inclusive das orelhas – e sapatilhas feitas de fibra de carbono, que impedem a flexão exagerada do pé durante a corrida, proporcionando um aumento de até 2% no rendimento. Cada modalidade apresentou ino-

vações espetaculares na “vitrine viva” dos Jogos Olímpicos. Ciência e tecnologia avançando em favor do mercado mundial. Um desfile de campeões numa passarela *high-tech* alimentando a cultura de consumo.

Como afirma Carravetta (1997):

Os espetáculos esportivos incrementam os processos de inovação, vertente representativa na relação esporte-economia, responsável pela organização, financiamento e difusão, que têm seus atores, espaços, espectadores, canais de difusão e promotores. Há verdadeiras redes empresariais em crescente desenvolvimento que transformam o esporte em um pólo integrador de tecnologia e em um emissor de novidades (p. 46 e 47).

Com tanta visibilidade, empresas passaram a brigar pela exclusividade de suas marcas no uniforme dos atletas. A empresa italiana Diadora, patrocinadora do tenista brasileiro Gustavo Kuerten, junto com o Banco do Brasil e a *globo.com*, entrou num impasse publicitário com a Olympikus, patrocinadora oficial do Comitê Olímpico Brasileiro. Não aceitando a exigência do COB de que o atleta teria que usar o uniforme confeccionado pela

Olympikus durante as competições, Guga esteve a ponto de não poder participar dos Jogos Olímpicos de Sydney. Após as negociações, ficou decidido que o atleta usaria um uniforme comum, sem a presença de ambas as marcas. Por outro lado, a Nike<sup>7</sup>, empresa americana que patrocina a seleção brasileira de futebol, pôde estampar sua marca no uniforme dos atletas durante as competições em Sydney. Considerada a nona marca mais rica do mercado mundial, com filiais espalhadas por todas as partes do mundo, é de se esperar que desfrutasse de vantagens como esta.

Se o esporte é hoje um objeto de consumo, não resta dúvida que os palcos para esta sedução constituem-se dos meios de comunicação de massa. Dentre eles, a televisão parece ser o veículo que mais lucros obtém com a transmissão de um evento como o dos Jogos Olímpicos. Através dela, o espetáculo que seduz pode ser assistido de todos os lares e lugares, de todos os ângulos possíveis e antes inimagináveis. Segundo dados da revista *Olimpíadas*<sup>8</sup>, a audiência esperada para os Jogos Olímpicos de Sydney foi de 22,6 bilhões de

telespectadores de 220 países e territórios, somando 3.200 horas de transmissão da cerimônia de abertura à de encerramento. Uma pesquisa realizada pelo COI sobre que países mais assistem aos jogos revelou que o Brasil, com 71% de sua população interessada, perde apenas para a China, com 75%. Paradoxalmente, os Estados Unidos, líder no quadro de medalhas por país, não chega a ter nem 50% de sua população acompanhando os jogos.

Estaríamos apostando em nossos heróis do esporte para nos sentirmos menos perdedores? Estaríamos esperando um certo consolo para nossos problemas com suas conquistas? Continuaremos esperando. Nestes jogos não tivemos campeões. Ao final das competições, toda a imprensa se perguntou o que teria provocado tamanho fracasso de nossos atletas. Da falta de preparação psicológica à ausência de investimento nas categorias de base para a formação de atletas, todos tinham uma opinião a dar. Entretanto, tal resultado não maculou a imagem do espetáculo e nem diminuiu sua importância frente ao agenciamento dos investimentos realizados pelas grandes corporações da mídia.

<sup>7</sup> Nestes últimos meses, a Nike esteve envolvida em recente CPI no parlamento brasileiro, que investigou casos de possíveis negociações ilegais realizadas entre empresas patrocinadoras, clubes, jogadores, técnicos e a Seleção Brasileira de Futebol.

<sup>8</sup> Meia população do planeta na frente da televisão em 15 de setembro. *Revista Olimpíadas*, Setembro/2000.



Pretendendo não dividir os lucros da audiência com a Internet, a rede de TV americana NBC pagou 3,5 bilhões de dólares pelos direitos de transmissão dos jogos de Sydney/2000, de Atenas/2004 e de “qualquer outro lugar”/2008. Até lá, não serão permitidas transmissões ao vivo – sons e imagens – das competições, das cerimônias de abertura e de encerramento ou da entrega de medalhas via internet. Mesmo com toda a tentativa de monopólio por parte da televisão, nunca se viu tanta informação sobre os Jogos Olímpicos como na internet. Através dela, o rádio, a imprensa escrita e a própria televisão se informou para informar. Há vários meses do início dos jogos, podia-se encontrar *sites* sobre os 104 anos das Olimpíadas da Era Moderna, façanhas dos heróis de todos os tempos, lista dos atletas selecionados, curiosidades, regras das várias modalidades olímpicas, pontos turísticos de Sydney e dicas dos próprios atletas sobre treinamento e alimentação.

Durante os jogos, torcedores puderam enviar mensagens para seus atletas favoritos e também ler seus diários, que traziam depoimentos sobre a emoção de disputar uma Olimpíada ou ganhar uma medalha. Podia-se ainda ter acesso aos horários das competições – com as diferenças de fuso horário já calculadas –, quadro de medalhas, casos e sus-

peitas de doping e resultados das competições. Uma infinidade de informações que contribuem significativamente para a construção de nossa cultura esportiva ao passo que influenciam nossa condição de espectadores ou praticantes do esporte.

Em novembro deste ano, o Comitê Olímpico Internacional se reunirá em sua sede na Suíça, com representantes das Federações Esportivas Internacionais, Comitês Olímpicos Internacionais e organizações da mídia para discutirem *O Futuro da Nova Mídia e do Esporte*. O que decidirão por nós e o que farão, logo ficaremos sabendo.

### **O esporte nas ondas do rádio: uma outra *falação* é possível?**

O esporte globalizado, como manifestação da cultura de consumo e desdobramento mais recente da expansão intensiva do capital transnacional, exige de nós um elevado espírito crítico no exame de suas relações com a mídia. Na perspectiva da hegemonia, reivindicando uma outra relação entre esporte e mídia, a disputa por espaços de organização/difusão da cultura parece indicar o setor público de comunicação como uma possibilidade para a construção de alternativas.

Neste cenário, as diversas rádios universitárias, sediadas nas instituições estaduais e federais de ensino superior, com alcance sobre um significativo número de cidades brasileiras, revelam-se como instrumento importante no agenciamento de esforços para a construção de um projeto educativo e crítico no trato midiático com o fenômeno esportivo. Mesmo que a estrutura radiofônica apresente suas limitações quanto ao potencial de audiência, não podemos abdicar de sua utilização, pois mesmo as rádios universitárias, ainda que escapando ao circuito comercial, parecendo demonstrar comprometimento com a qualidade social de sua programação, possuem grandes dificuldades para a definição de princípios e critérios que apontem para uma outra forma de comunicar o esporte que não aquela espetacularizada e mercantilizada.

Diante desta problemática, realizamos uma investigação sobre como o esporte vem sendo tratado pela mídia na estrutura radiofônica, procurando problematizar a cobertura dos Jogos Olímpicos de Sydney, realizada pelo programa *Banquete Esportivo* da Rádio Universitária da UFG. Tal emissora existe desde 1965, sendo que em dezembro de 1996 teve o seu regimento

reformulado a partir de discussões e indicações da *I Semana da Rádio Universitária*<sup>9</sup>, momento em que o documento *Diretrizes Básicas* foi elaborado com a participação de servidores, professores e alunos. Conforme este documento, a Rádio Universitária constitui-se como uma emissora com finalidades educativa e cultural, caracterizando-se por ser um espaço laboratorial e um veículo de difusão da produção acadêmica da UFG. Apresenta-se ainda como um veículo de informações e formador de opinião, com caráter efetivamente público, caracterizado por um conjunto de funções básicas, dentre as quais se destacam a *social*, a *educativa*, a *cultural* e a *acadêmica*. No que diz respeito à *função social*, a emissora visa o estabelecimento de uma via democrática no processo de discussão dos destinos do país, assegurando à comunidade um canal eficaz de expressão, proposição e fiscalização de políticas públicas, reivindicação dos direitos e denúncia das situações de miséria, calamidade, indignidade e violência. Objetiva ainda estar sempre a serviço da população, de forma a canalizar suas aspirações aos poderes constituídos, com vistas à solução de seus problemas. Nesta perspectiva, programas radiofônicos interativos

<sup>9</sup> Integrandos a programação deste evento, no período de 2 a 6 de dezembro de 1996, foi realizado o *I Seminário da Rádio Universitária*.

devem constituir parte da estratégia para a consecução de tais objetivos. Em relação à *função educativa*, a Rádio Universitária se propõe a tornar-se um canal de integração entre a universidade e as redes públicas de educação, fomentando mentalidades de pesquisa para o progresso da ciência, contribuindo para a difusão de novas tecnologias, estimulando a vontade de perguntar e de exigir respostas para os fenômenos naturais e sociais, e facilitando a interação entre escolas e ouvintes por meio do rádio. Intenta ainda dedicar ao ensino o destaque que lhe é negado habitualmente pelos meios de comunicação tradicionais. No que se refere à *função cultural*, o documento afirma que a emissora deve orientar-se pelo incentivo às atividades culturais, resgatando, preservando e divulgando práticas que caracterizam a identidade própria do povo. Esta ação deve caminhar para uma integração com o mundo da criação e da produção cultural, numa tentativa de empreender ações de incentivo à produção da cultura em Goiás. Quanto à *função acadêmica*, a rádio em questão deve ser utilizada como campo de estágio laboratorial por vários cursos da UFG, representando um veículo para a divulgação da pesquisa científica da instituição. Apresenta como meta o oferecimento de espaços privilegiados à prática da

extensão conjugada à comunicação popular, bem como à discussão das propostas elaboradas, partilhadas, encampadas ou até questionadas pela universidade para os grandes temas regionais e nacionais.

Dentro da programação jornalística da Rádio Universitária, que visa privilegiar a divulgação científica da UFG e o debate sobre os grandes temas da atualidade, o documento aponta como relevantes, programas sobre saúde, economia, esportes e internet. Fica evidente, portanto, a compreensão de que o esporte é tema a ser discutido, o que efetivamente se concretiza com a criação de programas específicos, dentre os quais se destaca o programa *Banquete Esportivo*, que nasceu da iniciativa de um grupo de estudantes da Faculdade de Comunicação em maio de 1998, com o objetivo de acompanhar a Copa do Mundo de Futebol da França. O programa tem sido produzido por acadêmicos dos cursos de Rádio-TV e Jornalismo, levado ao ar aos sábados, das 11:00 às 12:00 horas. O projeto elaborado para o programa tem como objetivos a apresentação de fatos/eventos esportivos com diferentes pontos de vista e a produção de reportagens especiais sobre equipes ou feitos que estão esquecidos pela mídia convencional, procurando ainda garantir um espaço significativo para o esporte amador nas

transmissões esportivas. A programação constitui-se de matérias, entrevistas, enquetes, *flashes* ao vivo de eventos esportivos e um quadro de notas, que informam sobre resultados de campeonatos regionais e nacionais, datas e locais de competições futuras e outras notícias do esporte. Visando acompanhar com maior destaque os Jogos Olímpicos de Sydney, em agosto de 2000, com o objetivo de informar a respeito da história dos Jogos Olímpicos, foi criado o quadro *Banquete Olímpico*, estendendo-se enquanto parte da programação do *Banquete Esportivo* até o início dos Jogos Olímpicos de Sydney, quando o programa passou a acompanhar diariamente o evento, sempre no horário de 17:45 às 18:00 horas.

Para este momento, ao propormos a discussão e análise sobre como o esporte foi tratado no período dos Jogos Olímpicos de Sydney pelo programa *Banquete Esportivo* da Rádio Universitária da UFG, estaremos elegendo alguns elementos para avaliação que, sob a forma de questionamentos, serão respondidos com base nos registros escritos<sup>10</sup> da cobertura do evento pelo programa/quadro *Banquete Olímpico*.

Nesta direção, as interrogações e/ou perguntas que nortearão nossa análise são as seguintes: As relações existentes entre esporte e mercado foram apontadas/questionadas durante a cobertura dos Jogos Olímpicos? De que maneira? Qual o tratamento dispensado aos resultados anunciados? Como a questão da posição do Brasil no quadro de medalhas foi abordada? Como o próprio quadro foi divulgado e tratado? Problemas presentes no esporte de alto rendimento, como o uso de doping pelos atletas, foram discutidos?

No que diz respeito às relações existentes entre esporte e mercado, o programa privilegiou casos envolvendo atletas e empresas patrocinadoras. A exemplo, o resgate da história dos Jogos Olímpicos de Barcelona/92, lembrou:

Os Jogos de 92 também foram marcados pelos patrocinadores. O Comitê Olímpico Internacional, COI, admitiu a presença de atletas profissionais de todas as modalidades, que eram bancados por grandes empresas (...) Michael Jordan, que jogou pela Nike, no momento de receber a medalha, escondeu, constrangido, o logotipo

---

<sup>10</sup> Este material de análise corresponde a uma mostra dos *scripts* elaborados para cada dia de cobertura do evento. Seu acesso e utilização nesta análise foram autorizados pelos acadêmicos que produzem o programa e pelo professor orientador. Tais registros encontram-se disponíveis na sede da Rádio Universitária da UFG.

do patrocinador com a bandeira dos Estados Unidos. Apesar disto, toda a propaganda para a Nike já havia sido feita. Outro atleta, o nadador norte-americano Matt Biondi, bronze nos cem metros livre, mais parecia um *outdoor* ambulante. Ele andava pela vila olímpica com uma Coca-cola nas mãos, tênis Reebok nos pés, calção Arena e óculos Ray-Ban.

Referindo-se aos Jogos Olímpicos de Sydney, o programa apresentou ainda as inovações tecnológicas de materiais esportivos desenvolvidas por empresas patrocinadoras especialmente para os atletas:

A empresa Adidas, patrocinadora da seleção olímpica britânica, vai confeccionar trajes especiais para os esportistas. Os trajes vão ser peças com desenho aerodinâmico para diminuir o atrito, aumentando a velocidade dos atletas. A Adidas vai fabricar cerca de trinta mil itens esportivos para os trezentos e dez atletas britânicos que vão competir nos Jogos Olímpicos de Sydney.

As informações apresentadas, ainda que chamando a atenção para o tratamento do esporte como mercadoria, foram transmitidas de forma fragmentada – em forma de notas – impedindo um maior aprofundamento no que se refere às

relações observadas entre os Jogos Olímpicos e os interesses do mercado. Considerando que a Rádio Universitária propõe o debate dos grandes temas da atualidade – e os Jogos Olímpicos não deixa de ser um deles – e que a proposta do programa coloca como um de seus objetivos o enfoque dos fatos com um ponto de vista diferente do apresentado pela mídia comercial, acreditamos que o espaço oferecido à cobertura pela emissora poderia ter sido ampliado e aproveitado de maneira mais aprofundada, crítica e reflexivamente.

Para as próximas coberturas, sugerimos que questões como a disputa entre as empresas – inclusive na justiça – por espaços de publicidade no uniforme dos atletas, a pressão a que estes estiveram submetidos por se sentirem com o dever da conquista, e a relação existente entre as inovações tecnológicas dos materiais esportivos e seu lançamento no mercado sejam melhores discutidas e debatidas. Pensamos que ao definirmos objetivos e funções para uma cobertura, devemos estar atentos às visões de mundo que possuímos e ao nosso consequente posicionamento em relação aos fatos e acontecimentos.

Ainda em relação à contextualização do evento, vale ressaltar a forma como o programa

relembrou os Jogos na história. Foram destacados acontecimentos importantes, como o atentado terrorista aos Jogos Olímpicos de Munique, o uso político-ideológico dos Jogos pelo nazismo e a não realização dos Jogos de 1940 e 1944 devido à Segunda Guerra Mundial. Todavia, houve uma certa tendência a considerar como história somente aquilo que já passou, ignorando o presente e o futuro dos Jogos. Nesta linha, como o sistema de segurança dos Jogos Olímpicos esteve aparentemente imune aos atentados terroristas ou manifestações de protesto, corre-se o risco de não termos o que contar no futuro. Nossa sugestão caminha em direção a um olhar para o presente que busque conexões entre o espetáculo esportivo e os demais acontecimentos sociais, por mais distantes que um do outro possam parecer<sup>11</sup>.

No que se refere aos resultados anunciados, o enfoque do programa caracterizou-se pela notificação do primeiro, segundo e terceiro lugares de cada modalidade esportiva, desde as competições eliminatórias até as finais. A nacionalidade do atleta e suas conquistas foram a

todo tempo enfatizadas. Ao tratar da história dos Jogos Olímpicos, o programa citou os atletas que foram destaque em cada evento:

O personagem dos Jogos de Munique foi, sem dúvida, o norte-americano Mark Spitz, que conquistou sete medalhas de ouro na natação. Além das sete medalhas de ouro, Spitz bateu também sete recordes mundiais. Os grandes nomes da Olimpíada de Amsterdã foram praticamente os mesmos de quatro anos antes em Paris. Paavo Nurmi conquistou sua nona medalha de ouro olímpica, além de mais duas de prata. Com estas marcas, tornou-se um dos maiores nomes do atletismo em todos os tempos. Na natação, Johnny Weissemuller repetiu seus ouros nos cem metros e no revezamento quatro por cem livres.

Em relação aos Jogos Olímpicos de Sydney, o programa informou em sua cobertura diária os vencedores das competições de cada modalidade esportiva:

O torneio olímpico de tênis teve sua grande final na madrugada de hoje. A final individual do masculi-

<sup>11</sup> No contexto em que se desenvolviam os Jogos Olímpicos de Sydney, como exemplo de acontecimento social relevante, podemos citar o protesto antiglobalização ocorrido no dia 26 de setembro, com manifestações em todo o mundo e que reuniu milhares de pessoas em Praga, impedindo a continuidade da reunião anual do FMI e Banco Mundial. Ver: Protesto antiglobal tranca FMI por 7 horas. *Jornal Folha de São Paulo*, 27/09/00.

no e a de duplas feminino foram decididas. No masculino, o russo Yevgeny Kafelnikov derrotou o alemão Tommy Haas em um jogo emocionante. No final, três a dois para o russo, que ficou com o ouro. O alemão se contentou com a prata. O bronze já estava com Arnaud Di Pasquale. Na final de duplas não houve surpresas. Venus Williams e sua irmã Serena não tiveram dificuldades para bater as holandesas Kristie Boogert e Miriam Oremans por dois a zero. Mais um ouro para os Estados Unidos. Prata para as holandesas. Natação / Uma zebra na final dos cinquenta metros livre. Empate norte-americano na prova mais rápida da natação, disputada hoje de manhã. Anthony Ervin e Gary Hall Junior tiveram o mesmo tempo na primeira colocação, com vinte e um segundos e noventa e oito centésimos. Com duas medalhas de ouro para os Estados Unidos na mesma prova, não houve prata nos cinquenta metros livre. O bronze ficou com o holandês Pieter Van Den Hoogenband. Já o bicampeão da prova, o russo Alexander Popov, ficou apenas na sexta colocação.

Em relação à importância atribuída aos atletas vencedores, esta pode ser considerada como uma opção do programa que em muito se distancia da função educativa proposta para a Rádio Universitária

e em muito se aproxima do enfoque da chamada mídia comercial. Pensamos que este tipo de informação, dada sem qualquer reflexão a respeito, pode ser encontrada em praticamente todos os veículos de comunicação que cobriram os Jogos Olímpicos de Sydney. Além disso, a frequente glorificação dos atletas vencedores pela mídia contribui em muito para a disseminação de valores como o individualismo, o culto à personalidade e a idéia de que na vida só existe mesmo espaço para os melhores.

Quanto ao quadro de medalhas, o programa apresentou, durante o resgate da história dos Jogos Olímpicos e também na cobertura dos Jogos Olímpicos de Sydney, a colocação do Brasil e a dos países que o estiveram liderando. As informações sobre a história dos Jogos Olímpicos de Paris/1924 lembraram:

No quadro geral de medalhas, os Estados Unidos venceram, chegando a um total de noventa e nove medalhas: quarenta e cinco de ouro, vinte e sete de prata e vinte e sete de bronze. A Finlândia ficou com trinta e sete medalhas: catorze de ouro, treze de prata e dez de bronze. Os anfitriões ficaram em terceiro, com trinta e oito medalhas: treze de ouro, quinze de prata e dez de bronze. O Brasil não trouxe medalhas. A maior esperan-

ça brasileira era Alfredo Gomes, no cross-country, que conseguiu acompanhar os “finlandeses voadores”. No entanto, no dia da prova, Gomes não resistiu ao calor e abandonou a prova.

Durante o período de cobertura dos Jogos Olímpicos de Sydney, o quadro de medalhas foi diariamente apresentado:

Confira agora como está o quadro de medalhas dos Jogos de Sydney. Os Estados Unidos lideram com 38 medalhas de ouro, 22 de prata e 31 de bronze. Em segundo vem a Rússia, com 28 de ouro, 24 de prata e 26 de bronze. Em terceiro está a China, com 28 de ouro, 16 de prata e 15 de bronze. Na quarta colocação vem a Austrália, com 16 medalhas de ouro, 24 de prata e 16 de bronze. O Brasil está na quadragésima nona posição, com seis medalhas de prata e seis de bronze. Caso o Brasil não consiga mesmo nenhuma medalha de ouro, será a primeira vez desde 1976 que isso acontece.

Podemos notar que o quadro de medalhas, tão enfatizado pela mídia televisiva, foi do mesmo modo apresentado pelo programa, contabilizando as conquistas de cada país, ou melhor, dos três ou

quatro primeiros colocados no quadro, juntamente com a colocação do Brasil. No sentido de um enfoque crítico, acreditamos que tal quadro possa ser futuramente utilizado para uma possível discussão que busque analisar os determinantes que vêm contribuindo para que um seleto grupo de países venha liderando, ao longo da história dos Jogos, as primeiras colocações do *ranking*/quadro de medalhas.

Em relação aos problemas atualmente enfrentados pelo esporte de alto rendimento, o programa apresentou casos de atletas suspeitos de uso de doping, as punições a eles atribuídas e seus depoimentos:

Nesta semana aconteceram novas acusações de uso de substâncias proibidas por atletas que vão disputar a Olimpíada. A primeira acusada foi a nadadora chinesa Wuianyan, campeã mundial dos duzentos metros medley, que não passou pelo antidoping. A atleta usou anabolizantes durante o campeonato chinês de natação disputado em maio na cidade de Jinan. Wuianyan pode ser punida com até quatro anos de suspensão. Outro acusado foi o atleta australiano Ian Thorpe, indicado pelo capitão da seleção alemã de natação, Chris Carol-Bremer. Em uma entrevista a um jornal australiano, Bremer disse que tem certeza que Thorpe faz uso de hormônios de crescimento.



Bremer afirma que os pés e as mãos grandes de Thorpe são efeitos dos hormônios. Já Thorpe anunciou que vai realizar exames antidoping voluntários e divulgar os resultados para provar que as acusações são falsas. A marca negativa do esporte é a quantidade de atletas que competem dopados. Tanto que, em oitenta e oito, nas Olimpíadas de Seul, o levantamento de peso quase saiu da lista dos esportes olímpicos porque dois medalhistas búlgaros foram apanhados no antidoping. Agora as leis estão mais severas e aquele que for pego no exame antidoping é eliminado para sempre das competições internacionais.

Apresentando casos isolados e de maneira narrativa, o programa não se aprofundou em tal questão. Temas como o uso de hormônios de crescimento com vistas ao aumento do rendimento ser ou não proibido, como também as perspectivas do esporte de alto rendimento ou espetáculo para o século XXI, visto que a superação dos limites do corpo humano em relação à performance esportiva tem exigido o uso de artifícios químicos pelos atletas, o que passa por um debate ético-político, são assuntos de fundamental importância que poderiam também estar sendo discutidos/debatidos durante as próximas coberturas.

Enfim, a partir da análise dos limites e possibilidades do programa em questão, podemos dizer que também na estrutura radiofônica, ainda que em espaços públicos e pretensamente educativos, o esporte vem sendo tratado de modo espetacularizado. Portanto, para uma melhor compreensão e abordagem do fenômeno esportivo, inserido no contraditório e complexo mundo dos negócios, passamos a sugerir algumas proposições para a superação do tipo de abordagem que se constatou.

### Considerações finais

Em relação à forma como o esporte vem sendo tratado pela mídia radiofônica no contexto das competições de alto nível como os Jogos Olímpicos, percebemos que as informações/notícias geralmente veiculadas sobre o evento, quando tratadas de maneira fragmentada e irrefletida, como se fossem mercadorias a serem consumidas pelos ouvintes, contribuem para reafirmação dos valores e interesses das grandes corporações, que fazem do espetáculo esportivo um lucrativo negócio.

Ao nos referirmos à cobertura dos Jogos Olímpicos pelo programa *Banquete Esportivo*, pensamos que a Rádio Universitária tenha sido talvez a emissora que maior tempo

destinou ao acompanhamento do evento. Meses antes de seu início, o quadro *Banquete Olímpico* já integrava as programações aos sábados com informações a respeito da história dos Jogos Olímpicos. Entretanto, no período do evento, o quadro passou a ser diário, com quinze minutos de duração.

No que diz respeito ao tratamento dado ao esporte pelo programa durante o período de cobertura do evento, constatamos que os conteúdos foram veiculados de maneira desconexa e descolada dos princípios que norteiam o projeto geral da Rádio, com informações apresentadas de forma sobreposta, até que o tempo de duração do quadro se esgotasse. Neste sentido, verificamos que, diferente do que ocorre no cotidiano programa *Banquete Esportivo*, quando são veiculadas matérias especiais ou entrevistas temáticas relacionadas ao esporte, os Jogos Olímpicos, enquanto uma forte expressão do fenômeno esportivo, não recebeu o mesmo tratamento pelo quadro *Banquete Olímpico*.

No nosso entendimento, as próximas coberturas poderiam analisar questões como as sugeridas durante a análise dos conteúdos veiculados pelo programa, intercalando-se, por exemplo, programações diárias com matérias especiais e informações gerais, ilustradas por entrevistas com especialistas e dias

de debate, nos quais estariam se posicionando acadêmicos e convidados.

Neste sentido, gostaríamos de colocar que o tratamento destinado a qualquer tema com fins educativos exige, como nos diria Paulo Freire (1996), pesquisa, curiosidade, apreensão da realidade, ética e estética, competência profissional, tomada consciente de decisões, disponibilidade para o diálogo, reflexão crítica sobre a prática e o reconhecimento de que toda educação/comunicação é ideológica.

Quanto à necessidade de uma maior interlocução com os cursos oferecidos pela UFG, o que pode possibilitar a troca de experiências e conhecimentos entre estes, sugerimos a criação de grupos de estudos ou projetos que procurem envolvê-los para o estreitamento de suas relações, como no caso da Educação Física e da Comunicação Social, frente a possibilidade de desenvolvimento de ações integradas no campo do esporte e da mídia. Sugerimos ainda que eventos como congressos, seminários e cursos realizados pelas faculdades busquem a participação recíproca de seus acadêmicos e profissionais, seja como ouvintes ou como palestrantes.

Especificamente em relação à utilização da Rádio Universitária como campo de estágio e espaço laboratorial por alunos da

Comunicação Social e de outros cursos, como propõe seu regimento interno, sugerimos a elaboração de projetos que envolvam também a participação de acadêmicos e professores dos cursos relacionados à temática do programa. A forma como trabalhariam em conjunto poderia ser encontrada através da definição de projetos coletivos, construídos a partir da cooperação técnica entre as diversas unidades da Universidade.

Finalizando, pensamos que o ato de comunicar, assim como a prática pedagógica do professor, está e sempre esteve sujeita a dificuldades e contradições. Entretanto, firmados os nossos reais objetivos e através de avaliações constantes de nossa prática, temos maiores chances de tornar realidade o que projetamos. Assim como a Educação Física, acreditamos que a Comunicação Social encontre também dificuldades para trilhar um caminho diferente daquele imposto pelo mercado. Além disso, nem todas as graduações nos estimulam a traçar caminhos diferentes. O que estamos querendo dizer é que devemos aproveitar as chances que nos são oferecidas durante a nossa formação para experimentarmos formas de trabalho e de estudo que possam contribuir para construção de um outro mundo possível.

## Referências

- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- BETTI, Mauro. *A janela de vidro: esporte, televisão e educação física*. Campinas: Papirus, 1998.
- BITENCOURT, Fernando Gonçalves. *Esporte globalizado e cultura de consumo*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, X, Anais... Goiânia, 1997.
- CARRAVETTA, Elio Salvador. *O esporte olímpico: um novo paradigma de suas relações sociais e pedagógicas*. Porto Alegre: UFRGS, 1997.
- COLETIVO DE AUTORES. *Metodologia do ensino da educação física*. São Paulo: Cortez, 1992.
- DUPAS, Gilberto. *Ética e poder na sociedade da informação*. São Paulo: UNESP, 2000.
- FEIO, Noronha. *Desporto e política: ensaios para a sua compreensão*. Lisboa: Compendium, 1978.
- FOLHA DE SÃO PAULO. O mapa do ouro. *Jornal Folha de São Paulo*, 27/09/00.
- \_\_\_\_\_. Estrelas de Sydney. *Jornal Folha de São Paulo*, Encarte Especial, 10/09/00.
- \_\_\_\_\_. Dicionário Olímpico. *Jornal Folha de São Paulo*, Encarte Especial, 03/09/00.

\_\_\_\_\_. Exército tenta assegurar paz olímpica. *Jornal Folha de São Paulo*, 03/09/00.

\_\_\_\_\_. Protesto antiglobal tranca FMI por 7 horas. *Jornal Folha de São Paulo*, 27/09/00.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática pedagógica*. 16ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

IANNI, Octavio. *A sociedade global*. 8ª Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

ISTOÉ. Manual dos Jogos Olímpicos, n. 1. *Revista Isto é*, outubro/2000.

KUNZ, Elenor. *Transformação didático-pedagógica do esporte*. Ijuí: Editora UNIJUÍ, 1994.

O ESTADO DE SÃO PAULO. Uniformes garantem melhor desempenho. *Jornal O Estado de São Paulo*, 20/08/00.

OLIMPÍADAS. *Revista Olimpíadas*, Edição Histórica, setembro/2000.

PIRES, Giovani de Lorenzi. Globalização, cultura esportiva e educação física: primeiras aproximações. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, X, Anais... Goiânia, 1997.

SUPER INTERESSANTE. Olimpíada 2000. *Revista Super Interessante*, Edição Especial, agosto /2000.

VEJA. Olimpíadas: o laboratório do corpo. *Revista Veja*, 13/09/00.

Endereço dos autores:

Faculdade de Educação Física

Universidade Federal de Goiás  
Campus II - Samambaia  
CEP: 74.001-970 - Goiânia-GO

E-mail: [caroldsf@hotmail.com](mailto:caroldsf@hotmail.com) e  
[fernando.masca@uol.com.br](mailto:fernando.masca@uol.com.br)

Recebido: mar/2002

Aprovado: ago/2002