

FATORES DETERMINANTES PARA A RELAÇÃO OFERTA/DEMANDA DO CAMPO ESPORTIVO

Felipe Canan¹
Décio Roberto Calegari²

RESUMO ABSTRACT

O campo esportivo, definido por Bourdieu (1993), caracteriza-se por uma inter-relação entre a oferta e a demanda de produtos e serviços esportivos. Seguindo esta linha de pensamento, este trabalho busca identificar fatores inerentes ao ser humano, tanto individuais como sociais, que influenciam esta relação. Para que exista uma oferta real, esta deve atender ou criar uma deman-

The sport's field, defined by Bourdieu (1993), is characterized by an interrelation between the offers and demands of the sportive products and services. Following this direction, this paper tries to identify individual and social inherent factors in the human being that influence this relation. Considering the suggestion that the media provokes even the simplest

¹ Licenciado em Educação Física pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná; Especialista em Administração Esportiva pela UFPR; Especialista em Fisiologia do Exercício pela Universidade Gama Filho

² Docente do Curso de Educação Física da UNIPAR CAMPUS II TOLEDO/PR

da. Para que exista uma demanda, deve existir uma oferta ou, ao menos, uma incitação à necessidade individual ou coletiva pelo consumo de determinada modalidade esportiva. Os fatores que determinam esta relação devem ser levados em consideração, assim como as configurações histórico-sociais que caracterizam o esporte ao longo dos tempos.

Palavras-chave: campo; esporte; oferta; demanda.

contact, this factors must be led in consideration in the context of this relation. So that there is a real offer, this offer must assist or create a demand. So that there is a demand, there must be an offer or, at least, an incitation to the individual or collective necessity for the consumption of a determined sportive modality. The factors that determine this relation must be taken in consideration, as well as the social-description configurations that characterize the sport through time.

Keywords: field; sport; offer; demand.

Introdução

Entende-se que o esporte é uma atividade realizada por e para os homens, determinada histórico-socialmente, denotando uma rede de configurações que obrigam, para o seu perfeito entendimento, o estudo do homem em todas as suas facetas, tanto individuais (ou naturais) quanto sociais: "Tão importante como estudar o próprio acto motor é estudar o homem que efectua esse acto, transferindo assim o cerne do desporto para o seu praticante (...)" (GARCIA, 2002, p. 325).

A fim de entender o funcionamento da relação oferta/demanda esportiva a que se propõe este trabalho, se faz necessária uma breve abordagem sobre a evolução do esporte e, principalmente, do dito "esporte mo-

derno", determinante na geração das configurações estabelecidas entre aqueles que compõem e/ou transformam o campo esportivo.

Segundo Bourdieu (1993), as configurações existentes entre tudo aquilo que se relaciona a esporte tendem a constituir um campo. Este campo, caracterizado sumariamente entre produtos e serviços esportivos, define-se pelas disputas de poder exercidas entre pessoas com um similar habitus, engendradas dentro de um ethos esportivo.

Garcia (2002), da mesma forma, refere-se à cultura de modo similar àquele que pode conceituar um campo, trazendo-a como sendo uma característica comum aos membros de determinado grupo, que compartilham um conjunto de modelos normativos, acompanhado

por determinadas sanções, caso a conduta não decorra em conformidade com esses valores.

Para que este campo (o esportivo) fosse constituído, foram necessárias diversas mudanças dentro do contexto esportivo: de seu caráter ritualístico da antiguidade - que, segundo a linha de pesquisa de Norbert Elias, não é ancestral do esporte moderno - passando pela sua "modernização" durante a Revolução Industrial e pelo idealismo clássico de Pierre de Coubertin, do fim do século XVIII e meados do século XIX, até o esporte altamente racionalizado e profissionalizado, sobretudo a partir da segunda metade do século XX:

Sem dúvida que a gênese próxima do esporte moderno leva-nos para Inglaterra da Revolução Industrial, cuja sociedade encarnou o paradigma de um certo rendimento. A actividade física contextualizada por essa sociedade, o desporto, encarnou o princípio da eficácia, do progresso e do rendimento. O desporto é assim, mais que um reflexo da cada sociedade, um autêntico microcosmos que participa activamente na evolução e na transformação social. (GARCIA, 2002, p. 322)

Segundo a afirmação de Garcia, corroborada por Stigger (2002), Sérgio (1987), Claeys (1987),

Tubino (2001), Bourdieu (1993) e Dunning (1992), o esporte, ao assumir seu contexto de "moderno", incorporaria conceitos que tangem não somente ao próprio esporte, mas sim, à sociedade moderna em geral, tais como o rendimento, o profissionalismo, a especialização, metodização, lucratividade, busca de recordes (única característica exclusiva do esporte e não da sociedade moderna em geral. PILATTI, 2000, entre outros, deixando de lado seu caráter lúdico (institucionalizando o lúdico, na verdade) e assumindo-se como uma forma de atividade comercial, tanto para os praticantes quanto para os dirigentes e todos aqueles ligados de alguma maneira ao esporte.

Neste ponto é que começam a surgir os diferentes cargos profissionais relacionados ao esporte e as ciências começam a incorporar a sua respectiva parte de corpos de conhecimento relacionados ao esporte (DA COSTA, 1992).

Uma vez consumado tal fato, o esporte torna-se alvo de interesses que não mais os esportivos, mas políticos ou econômicos. Haja vista os mega-eventos esportivos, organizados por e para patrocinadores, em busca de retorno publicitário e, conseqüentemente, financeiro. Ou a utilização das Olimpíadas, em determinadas épocas, por determinados países, como meio de demonstrar (ou tentar) a sua superioridade

racial, política ou até mesmo social. É o esporte sendo utilizado como uma mimesis, com pessoas usurpando seus melhores valores em nome de uma confrontação social, quer em qual âmbito seja.

Sérgio (1987, p.33), discursando sobre o associativismo, confirma tal afirmação: "Os dirigentes são eleitos porque têm dinheiro, ou crédito, e pertencem, por isso, à classe dominante, dificilmente se fazendo uma articulação Desportistas-Dirigentes, dado que estes se encontram mais próximos do Poder que dos praticantes".

Como tentativa de recuperar o caráter lúdico, social, educativo e higienista, outrora justificador do esporte na sociedade, surge, em 1966, na Europa, o movimento "Esporte para Todos", que visa possibilitar e incentivar o acesso da população às mais variadas práticas esportivas (CLAEYS, 1987).

Em decorrência, em 1979, foi editada pela UNESCO a Carta Internacional de Educação Física e Desportos, que alargaria o conceito de esporte e o classificaria em três vertentes: esporte-educação, esporte-participação ou popular e esporte-performance ou rendimento. Desta maneira, o simples conceito de esporte como tarefa de rendimento passaria para o conceito esporte-práxis (TUBINO, 2001; PILATTI, 2000).

Tubino justifica a existência efetiva, constituída histórico-socialmente, da relevância social do esporte, baseado nas seguintes abordagens: associativismo no esporte; esporte como instituição social; envolvimento social do esporte e aparecimento do Homo Sportivus; interdependência do Bem-Estar Social com a relação Estado-Sociedade-Esporte; esporte como meio de democratização; esporte e compromisso do homem com a natureza; relevância sociocultural da relação jogo-esporte; direito à prática esportiva: fator de novas dimensões sociais para o esporte.

É interessante que se tente fazer uma conceituação do citado Homo Sportivus, que se pode dizer daquele que possui um habitus relacionado ao esporte, determinado pelos seus diferentes capitais (físico, cultural, social e econômico), bem como pelo seu tempo livre (BOURDIEU, 1993); ou, segundo o próprio Tubino (2001, p.21): "aqueles que de alguma forma, incorporam a atividade física às suas culturas individuais".

Uma vez que o esporte passa a ser considerado uma instituição social e constituído por instituições e estruturas que determinam as configurações dentro do campo esportivo, a relação oferta/demanda começa a tornar-se relevante. Ou seja, se o esporte possui uma relevância social importante e propicia um bem maior para a sociedade, se

existem estruturas e instituições que vivem do e/ou para o esporte, este deve ser executado perante e para a sociedade em suas três dimensões (educação, participação e rendimento), citadas anteriormente.

Relação oferta/demanda esportiva

Uma vez que existe um campo esportivo, acaba por se criando uma condição de compra/venda, oferta/demanda de bens (valores, produtos e serviços) esportivos. Para que estes bens sejam possibilitados à sociedade, devem existir instituições que os tornam possíveis.

Estas instituições, além de criarem meios de incitação às preferências dos indivíduos, devem levar em consideração seus interesses pessoais ou coletivos já constituídos. Dito de outra maneira: tendo-se a oferta de práticas e/ou entretenimento esportivos apresentada em determinado momento e a demanda de expectativas, interesses e valores que as pessoas, os agentes, esperam dessa oferta, forma-se uma rede de práticas e entretenimentos reais, formadas como resultado dos ajustes permanentes que se realizam dentro do então constituído campo esportivo (BOURDIEU, 1993).

Cornejo (2002), partindo de um ponto de vista mais prático, su-

gere que uma instituição (ou organização, como o autor coloca), deve adequar-se sob quatro aspectos: reprodução de normas e valores; adaptação ao meio social; integração; e execução. Desta maneira, as instituições estariam cumprindo seu papel social, orientando e servindo um determinado grupo social, sendo suportadas e dando suporte às estruturas (entidades maiores que dão suporte às instituições – o Estado, por exemplo) e legitimando a constituição do campo específico.

Para Dunning (2002), o esporte propriamente dito é definido como uma configuração, uma rede de interdependências, que compreende: dois indivíduos ou equipes, que cooperam uns com os outros, de maneira mais ou menos amigável; agentes de controle, como árbitro, por exemplo; e por vezes, mas nem sempre, determinado número de expectadores.

Para que esta configuração possa ser possível, devem existir instituições dando suporte para a motivação e execução da tarefa pelo grupo. Por exemplo: devem existir instituições que espetacularizam o esporte de rendimento, para que os praticantes do esporte-participação possam assistir e se motivarem para buscar a prática.

Devem existir instituições que vendem o material esportivo, instituições que alugam ou emprestam

as quadras ou campos e por aí vai. Toda esta rede de interdependências de Dunning e Elias acaba por constituir o campo esportivo de Bourdieu.

Oferta

O ser humano é determinado socialmente. Isto é, existe logicamente um fator genético que dá características à pessoa. No entanto, somente recebendo estímulos externos, do meio e dos outros (sociedade), é que esta pessoa definirá sua personalidade ou identidade:

o sujeito pós-moderno (...) não é detentor de uma única, fixa, essencial ou permanente identidade. Ao contrário, possui identidades, editadas conforme a necessidade do contexto, haja vista que (...) a identidade é realmente algo formado ao longo do tempo, não é algo inato, existente no momento do nascimento. Isto mostra uma concepção de identidade ativa, sustentada pela afirmação de Hall, para quem a (...) identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, na medida em que os sistemas de significação e representação (...) se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar. (MORENO, 2004, p. 82),

Moreno (2004) chama a atenção para a influência do meio na formação da personalidade e esta influência se torna mais evidente na medida em que o indivíduo transita entre diferentes realidades sociais, aumentando assim, as possibilidades de possíveis diferentes identidades.

Correlacionando tal afirmação com o campo esportivo, dentro da concepção de oferta, parte-se da premissa que o sujeito apenas vai adquirir para si um capital esportivo, se for submetido a estímulos que o façam apropriar-se de tal capital. Se não vir qualquer espetáculo esportivo na televisão, se não for submetido à uma prática esportiva durante o período escolar, se não tiver contato com algum local de prática esportiva, entre outros infindáveis exemplos, o indivíduo não tem como adquirir para si um capital esportivo. Seus capitais social, econômico, cultural, neste caso, não corroborariam para formular um novo capital esportivo.

Logicamente, o movimento é algo inerente, que faz parte da natureza do ser humano. Além disso, atividades coletivas de exercícios físicos (jogos e/ou esportes da antiguidade e/ou idade média), com caráter lúdico (brincadeiras, danças) e/ou utilitário (preparação pra guerras, engodo político, demonstração de supremacia de uma cidade sobre a outra, como os jogos olímpicos da

antiguidade, por exemplo, entre outros), acompanham a história da sociedade, mesmo que de forma não-organizada.

Seguindo este raciocínio, percebe-se que o esporte descrito anteriormente como moderno, acaba perdendo um caráter natural, lúdico, e caracteriza-se como uma atividade determinada socialmente (SÉRGIO, 1987; BOURDIEU, 1993; STIGGER, 2002). As práticas esportivas não só satisfazem necessidades utilitárias, mas sim, dão forma material a uma formação ou solidificação de auto-identidade (STIGGER, 2002).

Para que começasse a existir e para que continue a existir, faz-se necessária a realidade de uma oferta deste esporte. Logo que começou a constituir-se de características da sociedade moderna, o esporte passou a demandar uma necessidade organizacional, que já não podia mais ser conferida aos movimentos associativos espalhados pelo mundo, independentes um do outro.

As diretrizes esportivas passam a ser responsabilidade das confederações e federações internacionais, nacionais e estaduais. E a oferta de prática esportiva torna-se obrigação do Estado. Esta obrigação conferida ao Estado perpassa pelas três dimensões do esporte (educação, participação e rendimento).

No entanto, com a crescente espetacularização do esporte de

rendimento, através da inserção da mídia televisiva, os gastos para custear esta vertente esportiva, tornaram-se insustentáveis para o Estado. Além disso, o esporte escolar passou a ser corrompido, perdendo seu caráter educativo e tornando-se uma reprodução do esporte-rendimento, causando diversas consequências negativas para os praticantes, ou seja, para alunos das escolas. (BRACHT, 2002, CASTELLANI FILHO, 1998, MEDINA, 1990).

Dois paradigmas são construídos e determinam a oferta de produtos esportivos: um conceitual e metodológico e outro gerencial ou operativo.

O primeiro divide, por conceito e metodologia, o esporte escolar entre esporte educativo e esporte escolar propriamente dito, sendo o primeiro, o esporte utilizado nas aulas de Educação Física, como meio educacional efetivo e o segundo, o esporte ofertado no contra-turno das escolas, para aqueles alunos/atletas que se destacassem em alguma modalidade. Este último seria o esporte-rendimento adequado àqueles que teriam condições de praticá-lo dentro do contexto formativo que lhe é característico (TUBINO, 2001).

O segundo paradigma é marcado por fortes incentivos à iniciativa privada, para que esta se tornasse a mantenedora do esporte de ren-

dimento, tanto formativo, quanto adulto ou profissional. Estes incentivos seriam viabilizados através de repasse de verbas às instituições diretas do esporte (confederações e federações) e à criação de leis de incentivo, sobretudo fiscais, que abrangiam qualquer vertente do esporte e não apenas o de rendimento.

Independentemente da existência efetiva ou não de tais incentivos, o fato é que o esporte passou a ser sumariamente executado e ofertado pela iniciativa privada, em forma de instituições como: clubes de bairros, clubes para terceira idade e para mulheres, clubes de futebol profissional, clubes de empresas (CORNEJO, 2002), além de clubes tradicionais, associações de moradores, escolinhas esportivas, escolas particulares, academias de ginástica/natação/musculação/poliesportivas, ligas esportivas, entre outras, que buscavam e buscam, prioritariamente, reconhecimento social e/ou objetivos de marketing.

Além dos citados objetivos, deve-se levar em consideração a lucratividade que algumas instituições bem planejadas e organizadas conseguem obter, através da venda de produtos e/ou serviços relacionados ao esporte, bem como da comercialização de atletas de diferentes modalidades.

Restaram para o Estado a oferta do esporte-participação e a

responsabilidade de possibilitar algum tipo de contato esportivo àquelas que não têm oportunidades de engendrar em uma instituição privada, além das possibilidades de parcerias realizadas com a iniciativa privada.

Demanda

Vários são os fatores que determinam uma demanda. O primeiro, sobretudo, é a constituição de uma oferta, como visto anteriormente. Sem uma oferta, não existe uma demanda. Esta demanda caracteriza-se não só pela procura de uma prática esportiva, mas sim pela procura, início e/ou continuidade dentro desta prática. Uma vez que esta oferta seja real, contemplando exatamente a vontade e o número da demanda ou não, alguns pressupostos devem ser levados em consideração:

O lugar que uma pessoa ocupa na estrutura social determina parcialmente as facetas da cultura à qual ela tem acesso. A estrutura social, na qual uma pessoa está situada, tem uma importância decisiva para o seu comportamento desportivo. Concretamente, isto quer dizer que a idade, o sexo, o ambiente no qual vive, a sua educação, a profissão que exerce e o estatuto sócio-profissional associado, influenciam a participação no desporto, até um certo ponto (CLAEYS, 1987, p. 6).

Agentes como a família, a escola, os amigos e a mídia, criando ídolos em forma de atletas, são determinantes na formação de uma demanda. Além disso, fatores como o conhecimento de oportunidades, custos associados, estatutos sociais do esporte, acessibilidade a instalações, são preponderantes na adequação da demanda (CLAEYS, 1987).

Por exemplo, um indivíduo que assiste na televisão um determinado esporte e tem amigos que praticam tal esporte, pode desenvolver um gosto, uma afinidade e uma vontade de praticar aquele esporte. Porém, se este esporte não lhe for ofertado ou se o for, mas em condições impossíveis para ele (custo muito alto, por exemplo), este sujeito não poderá praticar tal esporte. Ao menos, não da maneira como desejaria, dentro de uma estrutura (instituição) formal e de qualidade.

Para que este processo de impossibilidade de prática seja minimizado, algumas questões devem ser levadas em consideração, quando uma instituição pensa em ofertar de alguma maneira uma prática esportiva (WINTERSTEIN, 2002; BOURDIEU, 1993; SOBRAL, 2002, STIGGER, 2002): Como uma pessoa adquire gosto pelo esporte? Por que um esporte em vez de outro? Que significados são evidenciados por cada indivíduo ou grupo, praticantes de esporte? Que fatores levam uma pessoa a se-

guir um grupo, mesmo sem identificar-se tanto com o esporte praticado em questão? Que fatores contribuem para o processo de adesão, permanência, afastamento ou abandono de uma prática esportiva? O que leva um indivíduo a sofrer várias privações em prol de uma dedicação maior a um esporte? Por que algumas pessoas costumam variar suas atividades esportivas? Por que algumas preferem o caráter competitivo, enquanto outras preferem o puro e simples caráter de prática pela prática?

É importante ressaltar que a caracterização de demanda/oferta passou por diversas mudanças, determinadas histórica e socialmente. Haja vistas, a título de entendimento, as disputas entre as classes, sendo o esporte utilizado como meio de demonstração de força, superioridade e/ou reconhecimento social, durante os séculos XVIII e XIX, nas sociedades européias, determinando as possibilidades de acesso e os interesses que cada classe poderia ter em cada esporte.

Bourdieu (1993) traz como exemplo o caso de que uma carreira esportiva estaria praticamente excluída para um rapaz da alta sociedade (burguesia), que encararia o esporte de forma amadora, enquanto que para um rapaz pertencente à classe dominada, esta mesma carreira apresentaria-se como via de ascensão

social e este mesmo rapaz, para atingir esta ascensão, encararia o esporte de forma profissional.

Hoje, a continuidade do esporte depende, primeiramente (ressaltando que o contexto verificado anteriormente, ocorrido nos séculos XVIII e XIX, não se apresenta muito diferente na atualidade), do capital econômico e, em segundo plano, do capital cultural e do tempo livre de cada um. Depende também das afinidades éticas e estéticas de cada classe e do lucro que cada esporte pode oferecer nestes quesitos. Por fim, deve-se levar em consideração as diferentes idades e a disposição para o esforço físico de cada classe e que cada esporte demanda para sua prática (BOURDIEU, 1993).

Nesse sentido, além do caráter social imanente à prática esportiva, encontra-se o caráter individual, que é explicado pela psicologia, a qual afirma que o indivíduo, para criar uma determinada demanda, necessita aflorar um fator inerente ao ser humano, denominado motivação: "É a motivação que orienta as pessoas a realizarem suas aspirações, persistir quando erram e sentir orgulho ao atingir seus objetivos". (WINTERSTEIN, 2002, p. 78).

O mesmo autor complementa afirmando que a motivação está associada a outros fatores para que seja gerada uma ação, e exemplifica: os instintos (mudanças hormo-

nais e físicas, por exemplo); impulsos, como fome, sede, sono, etc.; além das emoções. (WINTERSTEIN, 2002).

Logicamente instintos e impulsos são fatores característicos da natureza e individualidade humana. Independentemente da condição e estilo de vida da pessoa, estes fatores se farão presentes em sua vida. Já o terceiro fator, a emoção, parece mais ligado diretamente ao contexto social pelo qual a pessoa perpassa durante sua existência. (WINTERSTEIN, 2002).

Vários fatores, originados socialmente, determinam o fluir das emoções de um indivíduo. Dentro do contexto esportivo, percebe-se que a emoção/motivação provém desde do incentivo de familiares, amigos ou professores, passando por um primeiro contato positivo com o treinador/técnico, até a simples presença de uma modalidade esportiva ou de um ídolo desta modalidade na televisão.

A seguir, serão desmembrados alguns desses fatores emocionais/motivacionais, considerados de maior importância.

Família

Entre os principais fatores que levam ao abandono precoce de um determinado esporte estão: a pressão exercida pelos treinadores e pelo ambiente esportivo; a concorrência entre as modalidades espor-

tivas e a percepção do aluno/atleta ou familiares de que é preciso dedicar mais tempo para os estudos, sendo a prática esportiva, um atrapalho. (SOBRAL, 2002).

Além disso, um dos fatores, detectado pelo mesmo autor, que mais dificulta a formação de uma demanda consistente de um determinado esporte, em uma determinada região, é a dificuldade apresentada pelas famílias. Esta encontra dificuldades desde o que tange à percepção de que o rendimento escolar está sendo prejudicado, até o fato de que a oferta esportiva não está próxima à área de residência e de que existe impossibilidade de acompanhamento dos filhos pelos pais, aos treinamentos.

Além disso, a prática esportiva, por ser de agrado da criança/jovem, serve como fator moderador de comportamento por parte dos pais ou responsáveis. Ou seja, estes utilizam o esporte como forma de controle das ações do jovem praticante. Acreditam que a suspensão ou cancelamento do esporte pode ser um meio punitivo para qualquer ação cometida pelo jovem, entendida como irregular pelos pais. Deve-se levar em consideração que uma simples suspensão de uma semana, por exemplo, pode desmotivar o praticante, já que este pode ficar inferiorizado técnica, física ou taticamente em relação aos colegas.

Treinador/Técnico

Se já existe uma enorme dificuldade em se começar uma prática esportiva, esta dificuldade aumenta ainda mais quando se pensa em continuar inserido nesta mesma prática. Fatores como a pressão exercida no praticante, pelo e dentro do ambiente de treinos, a limitação ou falta de tato ou feeling apresentada pelo técnico, além de dificuldades extra-treino, como as já citadas apresentadas pela família, por exemplo, favorecem a descontinuidade de prática pelo indivíduo.

Serpa (2003) afirma que o primeiro contato do indivíduo com a prática do esporte não depende do técnico, mas a sua adesão a este esporte sim. Ou seja, qualquer fator pode motivar a pessoa a inserir-se em uma prática esportiva formal, mas os primeiros contatos com o técnico serão de suma importância para a continuidade desta prática. Além do técnico, pode-se considerar o grupo de treinamento como fator motivador essencial para a fixação da pessoa naquele contexto esportivo.

Televisão

Além dos fatores motivacionais abarcados, com relação à motivação, encontra-se aquele que parece, no contexto do esporte contemporâneo, o que mais se destaca:

a mídia, e principalmente, a mídia televisiva, que promove, sobretudo e quase que exclusivamente, o esporte de rendimento ou alto nível.

Stigger (2002) afirma que toda asserção sobre o fenômeno do esporte de alto nível é relevante para os esportes em geral, pois o alto nível é hoje a força condutora de todo sistema esportivo.

O fato é que o esporte de alto nível é a base propulsora do sistema esportivo atual, já que a sociedade (e sobretudo a mídia) tem ou cria a necessidade da existência de mitos e heróis, mesmo que temporários, mas que acabam por ser os propulsores de mudanças no habitus das pessoas e, acima de tudo, das crianças e jovens. Um mito esportivo criado pela televisão, por exemplo, pode fazer com que uma criança tome gosto pela prática de determinado esporte, por ter se familiarizado de alguma forma com aquele mito.

Uma das maiores influências da mídia sobre a prática social esportiva é o fato da TV, principalmente, recair somente sobre alguns determinados tipos de esportes, de acordo com seus interesses comerciais. Este fato tem provocado maior incidência da prática nestas modalidades esportivas mais contempladas e ao mesmo tempo uma redução gradativa nos esportes que não sensibilizaram a mídia (TUBINO, 2001, p.85)

Um dos bons exemplos deste fato é o voleibol brasileiro que, na década de 1980, teve sua estrutura reconfigurada, tendo como base a popularização e a parceria com a televisão. A união esporte e televisão tornou-se um fenômeno capaz de popularizar o esporte, inserindo-o no cotidiano das pessoas, difundindo seu caráter educativo e social (MARCHI JUNIOR, 2005).

Ou seja, uma vez que o espetáculo esportivo passa a atingir um maior público através da cobertura televisiva, o retorno para o patrocinador passa a ser maior e os investimentos deste conseqüentemente também aumentam, sendo revertidos, dentro de um planejamento adequado da instituição desportiva ou do próprio patrocinador, também ao esporte educação e ao esporte participação.

Além disso, segundo Bourdieu, a partir do momento em que o esporte foi convertido em um espetáculo de massas, principalmente após o advento da inserção da televisão, passou a atingir um público que não somente aquele de praticantes da modalidade.

Este novo público, mesmo não possuindo a competência específica para entender adequadamente o esporte em questão, pode tomar gosto pelo mesmo, adotando-o e buscando sua prática.

Segundo Marchi Junior (2005), a imagem tem o poder de, além de criar mercadorias para o sujeitos, criar sujeitos para a mercadoria. É um objeto de produção, circulação e consumo.

É a identidade do indivíduo modificando de acordo com as mudanças dos sistemas de significação e representação. É o habitus do indivíduo sendo modificado ou influenciado pelos mesmos sistemas e, neste caso específico, pelo mass media.

Considerando que o ser humano é dotado de uma capacidade de mutação de sua identidade e que esta mesma identidade pode ser socialmente determinada, entende-se que alguns estímulos recebidos do meio externo poderão influenciá-lo. Baseando-se neste fato, percebe-se o quanto um espetáculo produzido pelo mass media pode influenciar a construção de identidade de uma pessoa, senão em um contexto geral, ao menos no que tange às suas preferências esportivas.

Uma vez reconhecido um capital econômico e cultural, e a existência um tempo livre determinado, o indivíduo, através de diferentes influencias externas, determinará seu capital social. Isto vale também para o capital esportivo. Sendo submetido ao contato, aos valores e ao incentivo para a prática esportiva, o indivíduo pode apropriar-se desta prática.

Considerações finais

Existindo uma oferta e fatores de incentivo, existirá também uma demanda. O grande segredo da continuidade efetiva e democrática da oferta de práticas esportivas seja em qual vertente esportiva for (educação, participação e rendimento) está na análise da demanda, considerando-se todas as suas características e seus capitais.

Se estes não atenderem às aspirações da oferta, torna-se obrigação desta, como instituição social e/ou negócio, criar formas de manipulação para que a demanda seja (re)formada e socialmente (re)constituída.

Ou seja, as expectativas de ambos os lados (oferta e demanda) devem ser levadas em consideração dentro do contexto esportivo. Para que se chegue a um equilíbrio, um deve adequar-se ao outro na medida do possível. Por exemplo, o Brasil é uma país que tem como preferência esportiva popular, o futebol. (SOARES, 2002. LUCENA, 2001; FOER, 2005)

Para que um outro esporte insira-se dentro do cotidiano das pessoas, ele deve criar mecanismos de formação e/ou reconstrução de opiniões e preferências. Deve, por exemplo, produzir, circular e oferecer como consumo (de espetáculo e/ou prática) sua modalidade. É o caso já visto do voleibol, na década de 80.

Por outro lado, entendendo-se o futebol como sendo o preferido pela massa popular, as instituições relacionadas ao esporte (federações, televisão, patrocinadores, universidades, escolas, etc.) devem levar tal fato em consideração e ofertar o futebol (como espetáculo ou prática) a fim de conseguir algum tipo de retorno.

São as adequações, as buscas de equilíbrio constituídas dentro do campo. Uma vez que a mídia em geral e, principalmente, televisão é somada à família, ao treinador e à influência de colegas, como fator de formação de opinião e/ou preferências de determinados grupos constituintes de uma demanda, as instituições desportivas devem levar em consideração o que a mídia apresenta, a fim de adaptar-se às novas e variáveis realidades sociais.

Se hoje as práticas culturais tradicionais vêm sendo gradativamente substituídas pelas práticas esportivas globalizadas, é porque a sociedade em geral cada vez mais assume um caráter tecnicista, rendimentalizado e competitivo, em todas as suas manifestações.

Dentro do esporte esta realidade não pode ser diferente. A oferta vem se adequando a este tipo de demanda (tecnicista, rendimentalizado e competitivo) e a demanda vem respondendo a esta oferta. Quando isto não acontece, isto é, quando a oferta não atende efetiva-

mente à demanda, cria mecanismos de manipulação (principalmente com recursos midiáticos) para conquistar a demanda.

Referências

- A. CORNEJO, Miguel. Estudio sociológico de la oferta y demanda actual y potencial de las actividades físicas y deportivas en jóvenes de 10 a 15 años de la comuna de Talcahuano. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*. v. 24. n 1, p. 167–177. Campinas: Autores Associados, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. Deporte y clase social. In: BROHM, Jean Marie et al. *Materiales de sociología del deporte*. Madri: Edicione de la Piqueta, 1993.
- BRACHT, Valter. Esporte, história e cultura. In: PRONI, Marcelo; LUCENA, Ricardo (orgs.). *Esporte: história e sociedade*. Campinas: Autores associados, 2002.
- CASTELLANI FILHO, Lino. *Política educacional e educação física*. Campinas: Autores Associados, 1998.
- CLAEYS, U. *A evolução do conceito de desporto – o fenômeno da participação/não participação*. Direção Geral dos Desportos. 2ª Edição. Lisboa, 1987.
- DA COSTA, Lamartine Pereira. Um “novo” esporte ou uma “nova”

- pesquisa? In: SBDEF: Pesquisa e produção do conhecimento em educação física. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1992.
- DUNNIG, Eric. A dinâmica do desporto moderno: notas sobre a luta pelos resultados e o significado social do desporto. In: ELIAS, N.; DUNNING, E. A busca da excitação. Lisboa: Difel, 1992.
- DUNNING, Eric. The image of humans in Norbert Elias's theory of 'civilising processes' and its meaning for sport and sports science. Congresso Brasileiro de História da Educação Física, Esporte, Lazer e Dança, 8, Anais... Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2002.
- FOER, Franklin. Como o futebol explica o mundo – um olhar inesperado sobre a globalização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- GARCIA, Rui Proença. Contributo para uma compreensão do desporto – uma perspectiva cultural. In: BARBANTI, Valdir (org.) et al. Esporte e atividade física – interação entre rendimento e saúde. Tamboré: Manole. 2002.
- LUCENA, Ricardo de Figueiredo. O esporte na cidade: aspectos do esforço civilizador brasileiro. Campinas: Autores Associados, 2001.
- MARCHI JÚNIOR, Wanderley. O processo de ressignificação do voleibol a partir da inserção da televisão no campo esportivo. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, v. 26. n 2, p. 149–162. Campinas: Autores Associados, 2005.
- MEDINA, João Paulo S. A educação física cuida do corpo... e "mente". 16 ed. Campinas: Papirus, 1990.
- MORENO, Bruno Stramadinoli; MACHADO, Afonso Antonio. Esporte e a sociedade global: as subjetividades na contemporaneidade. Revista da Educação Física/UEM, v. 15. n 1, p. 81–87. Maringá: UEM, 2004.
- SÉRGIO, Manuel. Para um desporto de futuro, 2 ed. Lisboa: Direção Geral dos Desportos, 1987.
- SERPA, Sidónio. Treinar jovens: complexidade, exigência e responsabilidade. In. Revista da Educação Física/UEM, v. 14. n 1, p. 75–82. Maringá: UEM, 2003.
- SOARES, Antonio Jorge. Identidade nacional e racismo no futebol brasileiro. In. PRONI, Marcelo; LUCENA, Ricardo (orgs.). Esporte: história e sociedade. Campinas: Autores associados, 2002.
- SOBRAL, Francisco et al. Demografia e jovens no desporto – participação e factores de constrangimento no desporto federado

- infanto-juvenil, segundo a percepção das famílias e dos agentes desportivos. Lisboa: Centro de Estudos e Formação Desportiva, 2002.
- STIGGER, Marco Paulo. Esporte, lazer e estilos de vida - um estudo etnográfico. Campinas: Autores Associados, 2002.
- TUBINO, Manoel José Gomes. Dimensões Sociais do Esporte, 2 ed. São Paulo: Cortez, 2001.
- WINTERSTEIN, Pedro. A motivação para a atividade física e para o esporte. In. ROSE JR, Dante de. Esporte e atividade física na infância e na adolescência – uma abordagem multidisciplinar. Porto Alegre: Artmed, 2002.

Contato:

E-mail:

felipe.canan@gmail.com /
felipe_canan@yahoo.com.br

Recebido: mar/2006

Aprovado: jun/2006