

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**

JERFFERSON MEDEIROS

**A ESPETACULARIZAÇÃO MIDIÁTICA SOBRE OS DENOMINADOS
HERÓIS-SINGULARES DA GINÁSTICA ARTÍSTICA**

CAMPINA GRANDE – PB

2011

JERFFERSON MEDEIROS

**A ESPETACULARIZAÇÃO MIDIÁTICA SOBRE OS DENOMINADOS
HERÓIS-SINGULARES DA GINÁSTICA ARTÍSTICA**

Trabalho monográfico apresentado ao curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof^a. Dra. Robéria Nádia A. Nascimento

CAMPINA GRANDE - PB

2011

M488e Medeiros, Jerfferson.

A espetacularização midiática sobre os denominados heróis-singulares da ginástica artística. [manuscrito] / Jerfferson Medeiros. – 2011.

35f.; il.; Color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2011.

“Orientação: Profa. Dra. Robéria Nádia A. Nascimento, Departamento de Comunicação Social”.

1. Mídia. 2. Espetacularização. 3. Esporte. I. Título.

21. ed. CDD 796.44

JERFFERSON MEDEIROS

**A ESPETACULARIZAÇÃO MUDIÁTICA SOBRE OS DENOMINADOS
HERÓIS-SINGULARES DA GINÁSTICA ARTÍSTICA**

10,0
(100%)

Trabalho monográfico apresentado ao curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo.

APRESENTADA EM 24 DE NOVEMBRO DE 2011

NOTA:

COMISSÃO EXAMINADORA

Robéria Nádia A. Nascimento

Prof.ª. Dra. Robéria Nádia A. Nascimento

Orientadora

Orlando Angelo da Silva

Prof. Ms. Orlando Ângelo da Silva

Examinador

Luís Adriano Mendes Costa

Prof. Ms. Luís Adriano Mendes Costa

Examinador

**Dedico minha pesquisa à minha
família pelo apoio incondicional.**

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente a Deus por ter me ajudado durante essa minha trajetória, por ter me protegido, guiado, e iluminado durante esses quatro anos de graduação. Agradeço também, aos meus pais, José Romero de Medeiros e Sanicleide Medeiros da Silva, pelo afeto, apoio, e valores que me ajudaram a construir.

Meu irmão, Túlio Medeiros, merece ser lembrado, ele também contribuiu, ainda que obrigado (risos), revisando e ouvindo inúmeras vezes a leitura da minha pesquisa. Agradeço essa conquista aos meus avós, vovó Dalva (in memorian), vovô Vicente (in memorian), vovô Antônio (in memorian) e vovó Jacinta.

Aos meus familiares e amigos por me ajudarem nas mais diversas situações. Destaco minha grande amiga, Silvana Torquato, por ter estado ao meu lado em todo o processo de construção da minha monografia, por ter me incentivado tantas vezes. Agradeço a todos os meus professores, mas principalmente a Orlando Ângelo e Robéria Nádia. Cito outra amiga, Nayara Clênia, como importante nessa trajetória, e lhe agradeço muitíssimo pela companhia, e incentivo que me deu, sobretudo no dia anterior à apresentação desta monografia.

Agradeço ainda, a Cedrick Willian, responsável pelo Gym Blog Brazil, pela contribuição na divulgação informativa sobre a ginástica artística, que tem sido relevante, e pelas tantas conversas, ensinamentos e discussões que tivemos sobre o esporte. Seu apoio foi imprescindível. Outros amigos desse ciclo de discussões tiveram sua contribuição, e eu agradeço muito a eles, principalmente a Marcos Aurélio e Marcelo Henrique.

Muito obrigado a todos que contribuíram, direta ou indiretamente, para esta conquista.

RESUMO

A espetacularização midiática sobre os denominados heróis-singulares da ginástica artística

A “espetacularização” acerca dos denominados “heróis-singulares” do esporte vivencia uma ascensão. Esta ocorre com o intuito de atender às necessidades da mídia (televisão e on-line), que têm elevado sua audiência. A divulgação e a publicização da imagem dos atletas, que são ligados às marcas de produtos diversos e inseridos no cotidiano da massa consumidora, têm influenciado diretamente suas apresentações nos eventos esportivos. Essa intensa exposição exige do atleta um bom desempenho nas competições, a comprovação do favoritismo. Existe, ainda, o peso de estar representando instituições. Tudo isso, aliado a aspectos psicológicos, pode vir a prejudicar o desempenho desses esportistas, nos torneios. A pretensão deste trabalho foi discutir as causas e as consequências dos efeitos que a mídia exerce sobre a modalidade esportiva analisada. Os resultados do estudo apontam o intenso processo de disseminação midiático sobre os hábitos, o cotidiano e as conquistas dos atletas, responsável por torná-los produtos mercadológicos, transformando o esporte em entretenimento e espetáculo.

Palavras-chave: mídia; espetacularização; esporte.

ABSTRACT

The media spectacularization of the known singular heroes of artistic gymnastics

The "spectacularization" about the known "singular heroes" of the sport has experienced a rise. This occurs with the intention of supplying the needs of the media (television and online), which have increased their audience. The dissemination and publicization of the image of athletes, which are linked to various brands of products and inserted in the daily consumers, have directly influenced in their presentations at sporting events. This intense exposition requires a good performance of the athlete in competitions, the evidence of favoritism, and there is the responsibility of representing institutions; all this combined with psychological characteristics can hurt the performance of athletes in the tournament. The intention of this work was to discuss the causes and consequences of the effects that media has on the sport examined. The results of study point to the intense process of media dissemination about the habits, the daily life and a conquest of athletes. This makes the athletes in marketing products and it changes the sport into entertainment and spectacle.

Keywords: media; spectacularization; sport.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
CAPÍTULO I	
1 O esporte sob o viés da espetacularização midiática	11
1.1 Conceito de espetacularização	16
CAPÍTULO II	
2 Desenvolvimento e características do jornalismo esportivo no Brasil	22
2.1 A evolução do jornalismo esportivo no Brasil	25
2.2 Jornalismo on-line: disseminação em massa	28
CAPÍTULO III – Corpus de análise	32
CAPÍTULO IV – Metodologia	43
CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
REFERÊNCIAS	48
ANEXOS	50

INTRODUÇÃO

O presente trabalho delimitou a pretensão de investigar os efeitos que a mídia, com destaque à televisiva e à online, através da exposição e posteriori publicização, causa sobre os denominados heróis-singulares do esporte, com ênfase à ginástica artística.

O estudo expõe a descrição e interpretação dos efeitos advindos desse processo e suas consequências nos atletas de alto rendimento. Procuramos, também, entender o fenômeno da espetacularização, e quais os dispositivos que o constituem. Para tanto, procuramos evidenciar os resultados das competições esportivas obtidos por tais atletas.

A pesquisa relaciona os fenômenos esporte e espetáculo aos meios sociais, econômicos e culturais, assim como contribui para os estudos do campo da comunicação no âmbito da espetacularização contemporânea. A partir dos resultados obtidos, poderemos alcançar uma compreensão mais clara e contribuir para as discussões acerca do jornalismo, e o seu papel de construir imagens sobre personagens do meio esportivo.

De acordo com Valle (2003), a imagem, a estetização do indivíduo se desdobra na chamada “cultura do espetáculo”, na qual a exibição se transforma no objetivo essencial da existência do sujeito. A exigência pela performance impecável passa a ter um destaque fundamental nessa cultura, ampliando a interferência do jornalismo no meio social.

No esporte, é perceptível a valorização dos indivíduos pelas vitórias e conquistas, passando a ser desvalorizados, em escala pública, quaisquer outros resultados. O indivíduo, ao conquistar títulos e/ou o gosto do público, passa também, a atrair os holofotes para si, tendo por consequência, a visibilidade positiva diante da mídia e da sociedade.

Para compreender esta realidade, o estudo foi organizado em quatro capítulos. O primeiro conceitua a espetacularização enquanto fenômeno, aliando-a ao esporte. O segundo capítulo, por sua vez, aborda o jornalismo especializado, o esportivo, historicizando sua evolução, ao longo dos anos, no Brasil. Traz, também, uma abordagem sobre a disseminação informativa online, que é crescente.

Esses dois primeiros capítulos trazem ainda caracteres de cunho econômico, apontando para o atleta enquanto mercadoria. Isso se explica nos investimentos, cada

vez maiores, por parte dos veículos de comunicação de massa para exibirem campeonatos, bem como, na concessão de espaço às matérias ligadas às modalidades artísticas.

Considerando-se a ginástica artística um esporte que tem como meta exigir dos atletas performances impecáveis em suas respectivas apresentações, a modalidade expressa grande beleza e causa fascínio nos telespectadores, atraindo suas atenções, justificando, nessas circunstâncias, o desejo, por parte dos meios de comunicação de massa, de aumentar a sua audiência.

O terceiro capítulo expõe o *corpus* que foi selecionado para estudo. Os materiais informativos foram adquiridos no portal UOL e no Gym Blog Brazil. Os informativos exemplificam as influências da espetacularização sobre as apresentações ou performances dos atletas. O último capítulo, referente aos procedimentos metodológicos, cita alguns dos autores estudados para a construção metodológica, com destaque a Laurence Bardin (2007), Pedro Demo (1987), Maria Cecília de Souza Minayo (1996), Wilson Fonseca (2005). A pesquisa qualitativa é baseada no método análise de conteúdo, especificamente, no campo da análise categorial (análise temática).

Pretende-se contribuir, a priori, para o campo da comunicação, bem como à psicologia e sociologia, uma vez que a própria prática esportiva já é uma forma de inclusão social e sua divulgação se refere ao processo comunicativo. No campo da psicologia é de grande interesse ver até que ponto a espetacularização do ginasta, o peso de estar representando uma instituição, um país, lhe é prejudicial, enfatizando principalmente seu estado emocional nos eventos desportivos.

CAPÍTULO I

O esporte sob o viés da espetacularização midiática

É inegável o poder que os meios de comunicação de massa apresentam quanto à difusão e divulgação de determinados produtos, e de notícias acerca de personalidades que estão em destaque em determinado momento. Por consequência, a mídia, com o intuito de lucrar, liga a imagem do atleta a mercadorias, as quais, a posteriori, através da publicidade, serão comercializadas.

A cultura de massa é produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial; destinando-se a uma massa, [...] a cultura nacional nos imerge nas experiências mítico-vividas, ligando-nos por relações de identificação e projeção aos heróis da pátria. (MORIN, 1980, p.10).

Segundo Morin (1980), todo o sistema industrial tende ao crescimento, e toda a produção de massa destinada ao consumo tem sua própria lógica, que é a do consumo máximo.

Os meios de comunicação de massa são detentores de significativo poder persuasivo, e quando surge uma personalidade do mundo esportivo, por exemplo, e este, por sua vez, ganha destaque em âmbitos diversos, e chama a atenção do público, a mídia passa a visualizá-lo como algo capaz de aumentar sua audiência e, por consequência, os lucros do veículo de comunicação.

É nesse contexto, nessa relação mídia/mercadoria, que os meios de comunicação vêm a utilizar-se de artifícios como o entrelaçamento das imagens aos produtos. Estas, por sua vez, impõe sua atenção, a indivíduos, que a partir do fenômeno da espetacularização, passam a ter destaque no emocional da massa populacional.

A identificação e a projeção são os dois mecanismos psicológicos pelos quais o receptor se integra emocionalmente ao objeto da informação. [...] A identificação produz-se quando receptor assume emotivamente o ponto de vista de um personagem (informativo ou ficcional) ao considerá-lo um reflexo de sua própria situação, de seus sonhos e ideais. A projeção, no entanto, produz-se quando o receptor coloca uma série de sentimentos próprios sobre algum personagem. (MARTINO, 2003, p. 79).

A produção simbólica e material são administrados sobretudo a partir da divulgação e veiculação na mídia. As instituições principalmente visando o mercado, divulgam e vendem as marcas, estas ligadas às celebridades.

A mídia impressa procura transmitir a ideia de objetividade, contribuindo para a difusão dos bens simbólicos e conteúdos ideológicos disfarçados em informação neutra. Esse método mercadológico é usado e apreendido pelas outras mídias, com destaque a televisiva¹, que veem nesta, a oportunidade, através dos vários recursos áudios-visuais, de persuadir os receptores à necessidade de adquirir bens que se ligam às celebridades, aos esportistas.

Kellner (2001) confirma o exposto, ao apontar ser o uso dos meios de comunicação de massa os maiores divulgadores dos discursos de natureza simbólica. Esse discurso representa a combinação de instâncias de socialização e de construção de universos simbólicos que pautariam a ótica do receptor da realidade. Lida, ainda, com o imaginário, criando mitos, santos e heróis de novela, na medida em que estes personagens se mostram como ideais, difundindo conceitos e perspectivas do comportamento.

A cultura midiática é responsável não somente por interferir nos gostos e no consumo das pessoas, mas também de interferir diretamente na construção identitária e ideológica do público.

As formas de cultura são intensamente políticas² e ideológicas, [...] Ler politicamente a cultura da mídia significa situá-la em sua conjuntura histórica e analisar o modo como seus códigos genéricos, a posição dos observadores, suas imagens dominantes, seus discursos e seus elementos estético-formais incorporam certas posições políticas e ideológicas, e produzem elementos políticos. (KELLNER, 2001, p.76).

Os estudos acerca da cultura procuram examinar os efeitos dos textos da cultura midiática, assim como os modos como o público se apropria dela e a usa, além de modos como as imagens, as figuras e discursos da mídia funcionam dentro

-
1. “O eu televisivo é o indivíduo eletrônico por excelência que retira tudo o que há para retirar do simulacro da mídia: uma identidade mercadológica como consumidor da sociedade do espetáculo”. (CROCKER e COOK, 1986, p. 274).
 2. “Ler politicamente a cultura significa ver também como as produções culturais da mídia reproduzem as lutas sociais existentes em suas imagens, seus espetáculos”. (KELLNER, 2001, p. 76).

de uma categoria geral da cultura. Essas imagens e representações têm em seu teor apelos a emoções e sentimentos de forma subliminar.

“As representações transcodificam [...] e, portanto mobilizam sentimentos, afeições, percepções e assentimentos a determinadas posições políticas”. (KELLNER, 2001, p. 82).

É do conhecimento de todos que há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana dominando o lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo o material com que as pessoas forjam sua identidade.

Em suma, vê-se que a narrativa nos permite que os desejos sejam satisfeitos e o público é levado a sentir essas vitórias como coisas boas e a identificar-se com os valores e comportamentos celebrados.

E uma das modalidades que vêm atraindo o interesse dos espectadores e, conseqüentemente, da grande mídia é a ginástica artística, por vezes, chamada de ginástica olímpica. A atividade começou a ser praticada no Egito, sendo adequada à era moderna na Grécia. A modalidade consiste em provas que requerem dos atletas movimentos precisos, agilidade, força e, no caso das mulheres, “graciosidade”. Os homens e as mulheres competem separadamente.

Algo que se torna bastante perceptível nas competições de ginástica artística, e que é aguardado com grande ansiedade pelo público, são as apresentações de determinados atletas, que em algum evento esportivo anterior demonstraram e exibiram performances impecáveis, possibilitando-os ir ao lugar mais alto do pódio.

Vale ressaltar que a ginástica artística é um esporte que expressa grande beleza e causa fascínio nos espectadores, sendo muito visto pela população, principalmente através dos programas informativos que visam o controle da audiência. Enfatizando esse controle, a mídia observa qual atleta se destacou durante a competição e trata de dar um forte impulso na construção desses heróis, uma vez que eles aumentam sua audiência.

As tradições culturais brasileiras dão ênfase muito mais ao herói-singular do que ao coletivo. Segundo Nascimento (2006), a mídia se porta como um campo de visibilidade social que garante “valor de exposição” a fatos diversificados através da publicização excessiva.

E uma das consequências dessa exposição do atleta pelos meios de comunicação é a criação de um “peso” psicológico. Muitas vezes, essa exposição leva os atletas ao erro no que eles mais sabem fazer, que é competir nos aparelhos da ginástica.

No quadro nacional e internacional podemos destacar vários exemplos que se remetem ao exposto.

Nos Jogos Panamericanos de 2007, realizados no Rio de Janeiro, durante a etapa classificatória, a brasileira Jade Barbosa consegue avançar na competição se classificando em todas os aparelhos (no feminino são: o aparelho solo, a trave do equilíbrio, o salto sobre a mesa, e as barras paralelas assimétricas). No mesmo dia a mídia, com destaque para a televisão, metaforicamente a compara a uma heroína, que em um país subdesenvolvido como o Brasil, onde a modalidade não é tão popular e necessita de mais e maiores investimentos, demonstra segurança e precisão na execução de suas séries, que são as exhibições em cada um dos aparelhos.

Já nos dias que se seguem, durante a competição, depois de a mídia expor a atleta de forma tão prolongada e exaustiva, percebe-se que nas finais dos aparelhos, as quais ela havia se classificado entre as primeiras colocações, surgem vários erros nessas apresentações, levando-a ao desespero emocional, às lágrimas, comprometendo sua concentração e, conseqüentemente, sua performance.

Vale ressaltar casos como o dos brasileiros Daiane dos Santos e Diego Hipólito, campeões mundiais no aparelho solo. Depois de conquistado estes títulos foram submetidos à mesma divulgação e situação citada anteriormente, e na mais importante competição da modalidade, as Olimpíadas, eles falham. E é necessário destacar que depois desse incidente, depois que a mídia deu os cargos de heróis a outros atletas que se destacaram no evento, o Diego Hipólito volta a ser o campeão no aparelho solo, isso na primeira competição depois dos Jogos Olímpicos, tornando-se o número um do ranking.



Outro exemplo que deve ser mencionado é o da estadunidense Shawn Johnson, que foi revelação no mundial realizado em Stuttgart, no ano de 2007, na Alemanha. Durante sua apresentação no aparelho trave do equilíbrio, onde ela compete com maior segurança, a atleta foi ao chão ficando em último lugar nessa final por aparelho. Ela, também, foi vítima da espetacularização feita pela mídia, a qual fez com que ela carregasse consigo o peso de representar os Estados Unidos na competição, e cobrava de Johnson o excelente desempenho demonstrado no PAN 2007.

Algo que deve ser citado é o domínio que os países ricos mantêm sobre o quadro de medalhas das competições, mas nem mesmo seus atletas ficam imunes aos efeitos da espetacularização excessiva. O “peso” criado pela mídia e postos sobre esses atletas em representar seus respectivos países, os fazem não somente lutar com as limitações físicas, mas também as psicológicas.

Diante do exposto, se torna necessário analisar até que ponto a espetacularização feita pela mídia influencia as performances dos denominados heróis-singulares da ginástica artística nas grandes competições.

Num trabalho como este, que busca verificar os efeitos midiáticos acerca dos denominados heróis-singulares do meio esportivo, algumas categorias, como a espetacularização, que é uma consequência da superexposição diante da sociedade, já nos permite associar, desde o seu início, categorias que a posteriori poderão sofrer com os mesmos efeitos, as quais tomarão corpo na medida em que se aprofunda o estudo. Estas se referem, por exemplo, a outras categorias, não apenas do meio esportivo, mas, também, do mundo do entretenimento em geral. Assim, para detectarmos o processo espetacularizador exercido pela mídia que afeta os atletas da ginástica artística, torna-se necessária a compreensão desta categoria na comunicação, em razão da influência que a mídia detém no contexto contemporâneo.

De acordo com Morin (1980), o esporte em plena época da modernidade, da instantaneidade das informações, apresenta-se para muitos como uma “válvula de escape” para a população, já cansada após um longo dia de trabalho. Jogos e espetáculos mobilizam uma parte do lazer moderno.

E, como apontado anteriormente, quando o atleta ganha destaque nos cenários nacional e/ou internacional, a mídia trata de expô-lo com maior exaustão, a fim de aumentar sua audiência. Este fenômeno ocorre porque as pessoas tendem a apegar-

se, sentem a necessidade de aproximação em relação a esses sportistas, os denominados heróis-singulares. Talvez isso decorra do fato de que muitos desses atletas lutam, constantemente e, muitas vezes, conseguem vencer suas limitações, físicas ou as de caráter psicológico.

É notável a influência de interferência da mídia quanto a apresentação dos atletas. Alguns, devido ao peso psicológico que são forçados a carregar, a fim de comprovar o favoritismo, são afetados diretamente pelo nervosismo, principalmente, e este é um fator determinante na execução das performances físicas.

Marian Dragulescu, ginasta romeno que veio a se tornar campeão mundial no campeonato realizado em Londres, em 2009, disse que o fato de não ser o atual campeão, não o tornava o favorito a nenhuma das provas, O favorito era o chinês Zou Kai, que foi campeão Olímpico no aparelho solo. (Ver os anexos).

Diante do exposto, levantam-se questionamentos com relação à mídia e o papel que ela deve assumir diante desses atletas. A exposição é um processo que se liga diretamente à prática do consumo. Morin (1980) confirma o mencionado ao dizer que a produção midiática cria o consumidor. Interessa-nos problematizar e analisar a forma como os ginastas têm atuado, depois da superexposição feita pela mídia acerca de suas respectivas imagens, nas competições de cunho internacional. Desse modo, é de suma importância conhecer os efeitos da espetacularização, os quais os ginastas são constantemente submetidos, e suas implicações.

Thompson (2008) aponta a prática da comunicação como uma forma de ação. Sua análise deve ser baseada, pelo menos em partes, na análise da ação socialmente contextualizada.

1.1 Conceito de espetacularização

A comunicação quando em paralelo com o fenômeno da publicização deve ser encarada como um processo, uma integração de cunho social, visto que, a mídia busca atrair a atenção para determinada personalidade do meio esportivo, por exemplo, e, ao mesmo tempo, levar a imagem do sportista, do ídolo, a aproximar-se gradativamente do contexto de convivência de determinado público-alvo.

Thompson (2008) diz que os fenômenos sociais podem ser vistos como ações intencionais levadas a cabo em contextos sociais estruturados. O que o autor aponta

no parágrafo anterior é, justamente, uma das categorias que este trabalho objetiva analisar, que é a prática de ações midiáticas de cunho intencional, como, por exemplo: uma exposição prolongada do “herói-singular” a fim de persuadir o público à práticas mercantes.

E, na medida em que o veículo de comunicação de massa passa a utilizar recursos de imagens diversas em torno do atleta, com o intuito de exaltar, dar ênfase ao herói, sua imagem passa a ser vista por um maior número de pessoas, e por consequência passa a ser “querido” e/ou admirado por uma parcela significativa do público.

A interação é um mecanismo poderoso quanto a influências de cunho emocional, particular. “[...] os indivíduos são continuamente envolvidos com os outros no traço da informação de cunho simbólico, [...] as ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descreer”. (THOMPSON. 2008, p. 24).

Mais uma vez se torna perceptível a influência da mídia em relação ao público. Thompson (2008) confirma o exposto apontando que a reprodutibilidade e a difusão do fenômeno espetáculo/ publicidade é uma das características cruciais que estão na base da exploração dos Mass Media. Elas são transformadas em mercadorias para serem vendidas e compradas no mercado; e os meios principais de “mercantilização” do espetáculo da imagem do atleta (herói-singular) está justamente no aumento e no controle de sua divulgação.

A visibilidade proporcionada por esse forte fluxo informativo advindo das novas tecnologias da informação e da comunicação, com destaque para a internet, é responsável por uma visibilidade significativa do personagem.

Thompson (2008) retifica o mencionado ao declarar que as formas de publicidade surgidas através do desenvolvimento midiático apresentam como características: a divulgação da imagem do indivíduo, das ações e dos eventos, e tendo por consequência, uma maior visibilidade.

Enquanto prática social, nas suas interfaces com as diversas ciências humanas – como a comunicação social, a psicologia, a sociologia – a ginástica artística deve ter merecida atenção especial por parte desses profissionais das ciências humanas, já que as consequências dos efeitos da espetacularização, da publicização, a própria prática esportiva relacionam-se diretamente a algumas das áreas dessas ciências,

quanto à área da comunicação. Morin (1980) diz que a caracterização do “ídolo-herói” acaba por transformar o universo do esporte em um terreno fértil para a produção de mitos e ritos relevantes para a comunicação.

O espetáculo segundo Debord (1997), consiste na multiplicação de ícones e imagens, e essa espetacularização ocorre principalmente através dos meios de comunicação de massa, mas também de rituais políticos, culturais, e de tudo aquilo que falta ao homem comum.

De acordo com Arbex (1957), o espetáculo se caracteriza ainda por ser a aparência que confere integridade e sentido a uma sociedade esfacelada e dividida. É a forma mais elaborada de uma sociedade que desenvolveu ao extremo o “fetichismo da mercadoria” (felicidade identifica-se diretamente ao consumo).

Na ginástica, o surgimento de “estrelas no esporte” vem seguido de boas apresentações nas próprias práticas esportivas; e depois, através da grande publicização feita em torno da imagem do atleta.

Criando-se um paralelo entre o espetáculo, a publicização, e o atleta, vê-se que neste aspecto o ginasta que apresentou resultados significantes em determinada competição foi tratado e exposto pela mídia não simplesmente como um atleta, mas como um produto, uma marca que vai ser comercializada, Arbex (1957) aponta que o atleta é uma mercadoria e o jornalismo o transforma em show.

Debord (1997) afirma que os meios de comunicação de massa são as manifestações mais esmagadoras da sociedade do espetáculo, que faz do indivíduo um ser infeliz, anônimo e solitário. Percebe-se pelas palavras do teórico o quanto que o homem necessita de se aproximar, e de consumir aquilo que se remete a seus ídolos.

Considerando-se a emergência e a intensa disseminação da espetacularização sobre os chamados “heróis singulares” da ginástica artística e de esportes em geral, (os heróis-singulares são os atletas que tiveram uma boa campanha num evento esportivo anterior, e, por conseguinte são vistos como favoritos às próximas competições. Em suma o herói-singular é o destaque dado a um indivíduo em particular), tem-se nesse projeto a pretensão de investigar o processo de espetacularização acerca desses atletas e suas consequências, objetivando assim trazer à tona fragmentos que possibilitem e possam melhor caracterizar a espetacularização que ocorre nestes denominados “heróis-singulares”.

A partir do momento em que o público, o receptor, passa a se envolver e vivenciar o ídolo há um envolvimento de adoração e doação em relação a outrem.

O profundo envolvimento pessoal e emocional do indivíduo com os seus ídolos é também o testemunho do fato do “ser fã” fazer parte integrante do projeto de formação identitário.

A pesquisa em si nos leva a um sério e ao mesmo tempo pertinente convite, o qual busca uma reflexão, uma discussão ao redor da temática espetacularização X mídia (difusão informativa e publicização); ressaltando, nesse momento de acelerada globalização, a importância da internet e do meio on-line como um todo.

Arbex (1957) expõe que a cobertura “ao vivo” consagra definitivamente a “espetacularização” da notícia. E exatamente por ser um espetáculo, a transmissão das imagens submeteu-se às mesmas regras que se aplicam a um show.

As coberturas dos grandes eventos de cunho esportivo, quando exibidas na íntegra trazem à tona detalhes dos bastidores dos eventos, e ao mesmo tempo essa cobertura nos aproxima e nos envolve com o mundo artístico e esportivo. É nesse momento em que ocorre a consagração dos heróis, fazendo com que eles sejam o “show”.

O receptor de determinado evento esportivo, que apresenta uma bagagem cultural e intelectual diversificadas, está apto a visualizar e avaliar os vários aspectos artísticos, publicitários, espetacularizadores, os quais os atletas, que tiveram destaque nos diversos meios midiáticos, estão sujeitos à exposição. “Testemunhar um evento é também construí-lo segundo o “aparelho psíquico” e a formação social e cultural da testemunha”. (JUNIOR, 1957, p.35).

Nessa pesquisa, que trata do processo de espetacularização acerca dos atletas da categoria ginástica artística, torna-se necessário apreender os processos utilizados pela grande mídia para construir suas fabulações do mundo, analisados com competência e equilíbrio.

Recapitulando o que foi exposto nesse capítulo, e ao mesmo tempo procurando mostrar o que será pesquisado com maior profundidade nos capítulos posteriores se torna necessário explicitar que as transmissões em torno do real são encaradas como atrações de shows.

Aliado a isso, Arbex (1957) também mostra como a imprensa se mesclou com o império das corporações. Hoje, estabelece uma relação inseparável, de total

promiscuidade com o grande capital, transformando-se numa verdadeira indústria de manipulação de consciências.

A mídia em si atrela-se diretamente a grupos políticos e econômicos, que por sua vez tem como meta aumentar sua audiência, e ao mesmo tempo angariar recursos; e para isso trata de usar todos os recursos que dispõe, dentre eles a persuasão midiática, a fim de alcançar seus propósitos.

A apropriação imagética acerca do atleta ocorre por uma necessidade identitária que as pessoas apresentam quando veem os esportistas e os seus respectivos obstáculos (físicos e/ou psicológicos) serem ultrapassados.

Mesmo inconscientemente escolho os aspectos que merecem ser iluminados na compreensão de tal ou qual personagem, os aspectos que me descrevam para mim mesmo e para os outros de acordo com aquilo que penso ao meu respeito. [...] Projeto minha imagem ideal naquelas com quem me identifico. (ARBEX, 1957, p.47).

Algo que se torna interessante resgatar, uma vez que já foi mencionado anteriormente, é a possibilidade que a mídia detém em fazer com que o público possa participar, e muitas vezes até ter a impressão de uma interação direta com o espetáculo. Isso se torna possível principalmente devido ao grande número de dados, vídeos, informações diversas em torno do esporte e de outras categorias, os quais o receptor tem disponibilidade de acesso.

A partir do momento em que ocorre a chamada “interação” o público elege seus atletas favoritos, põe sobre eles expectativas, as quais podem não serem correspondidas pelos atletas, por motivos diversos, principalmente por não resistirem às pressões de cunho psicológico.

A mídia é um instrumento massificante, insere conteúdos informativos, ideologias perante a sociedade, interferindo significativamente nas escolhas e nas conversas cotidianas.

Em suma, vê-se que a mídia tem em seu teor uma força hipnótica³ que muitas vezes, dependendo da bagagem crítico-cultural do receptor, pode vir a acarretar uma

³ “O fascínio ‘hipnótico’ exercido pela mídia só pode ser adequadamente compreendido com um componente central do próprio desenvolvimento da modernidade”. (ARBEX, 1957, p. 63).

manipulação da consciência⁴ do indivíduo, podendo dessa forma interferir nas suas ações psíquicas e intelectuais.

O “espetáculo” desde os primórdios das civilizações surgiu com o intuito de divertir as pessoas, e ao mesmo tempo persuadi-las ao consumo, este com a ideia de permitir o lazer e o prazer ideais.

A economia tem sua relevância diante de todos os âmbitos da atualidade (político, cultural, entre outros); a mídia vincula-se a ela, e seu objetivo é lucrar; e lucra-se com o que está sendo exposto e bem visto pela massa consumidora.

Arbex (1957) diz que é na grande cidade que a mídia e a massa procuram identificar e relacionar as imagens ao ideal, aos sonhos, às novidades, ao espetacular, na forma de material, do comercializável, da mercadoria, e do que está na moda.

É necessário salientar que a modalidade esportiva ginástica artística vem, no panorama nacional, ganhando destaque de forma gradativa; as pessoas, devido principalmente à exposição midiática dos atletas e dos eventos esportivos, passam a admirar a tamanha beleza que é proporcionada por esse esporte, o qual é considerado um dos mais belos dentre as modalidades olímpicas de verão. Além disso, a modalidade assim como vários outros esportes, tem sua influência educativa e social, que beneficia inúmeras crianças à prática esportiva.

Hoje o Brasil, especialmente a região Nordeste, vivencia um momento histórico; um dos centros de excelência foi construído na cidade de Aracaju, em Sergipe. Essa ação da então presidente em exercício Luciene Cardoso Resende beneficiará diretamente a região, assim como a própria modalidade, pois o esporte cresce ao se investir em projetos que beneficiem as categorias de base.

“O principal objetivo é aprimorar cada vez mais o projeto dos centros de treinamento em todo o país, objetivando o crescimento da modalidade, e ao mesmo tempo visando a inclusão social”, disse Luciene Cardoso.

⁴ “A indústria de manipulação das consciências é uma criação dos últimos cem anos. Seu desenvolvimento tem sido tão rápido e tão diversificado que sua existência permanece ainda hoje incompreendida e quase incompreensível... Enquanto se discute com paixão e detalhamento acerca dos novos meios técnicos”. (ARBEX, 1957, p. 63-64).

CAPÍTULO II

2. Desenvolvimento e características do jornalismo esportivo no Brasil

O jornalismo é a área das relações humanas que permite aos atores sociais o acesso a conteúdos de cunho informativo. Dentre as categorias da comunicação social torna-se pertinente destacar o jornalismo e suas várias vertentes (esportiva, política, cultural, entre outras).

O jornalismo deve descobrir os fatos ou as fontes capazes de lhe proporcionar a notícia, para em seguida trabalhar no texto, oferecendo ao leitor assuntos de amplo interesse. São assuntos que figuram na imprensa diária. Torna-se mister advertir, que não existe, na prática, um divisor exato e rigoroso entre o que possa ser incluído nesta ou naquela Editoria e/ou Seção. (ERBOLATO, 1981, p. 11).

Torna-se necessário nos referirmos nesse estudo às análises de cunho esportivo. Nessa modalidade, o jornalista enquanto profissional tem (por necessidade) que conhecer os termos técnicos, os chamados jargões, referentes aos esportes tanto quanto o regulamento pertinente a cada um deles. O profissional dessa área tem que apresentar “bagagem” referente a conhecimentos diversos para que quando for necessário saiba comentar adequadamente os fatos relacionados ao esporte em questão.

Para compreender o percurso do esporte como categoria jornalística, torna-se pertinente conhecer a evolução do jornalismo esportivo no Brasil, bem como as influências exteriores sofridas pelos diferentes veículos midiáticos e a forma como o esporte foi encarado na comunicação.

O esporte na imprensa das primeiras décadas deste século não era considerado importante, e o noticiário limitava-se a anunciar as disputas e a dar os resultados. Na segunda fase da modernização, de 1900 em diante, os jornais, sem desprezarem a colaboração literária, iam tomando um caráter cada vez menos doutrinário e sacrificando os artigos em favor do noticiário e da reportagem. As matérias policiais que antes tinham pouco espaço agora passam a ter um espaço privilegiado, principalmente as matérias que dizem respeito ao esporte. (ERBOLATO, 1981, p. 14).

Hoje, percebemos que o esporte é tratado com cuidado por todos os veículos de comunicação. Tanto as mídias impressas, como os programas de rádio e tevê, e recentemente os programas produzidos na web, possuem versões especializadas na

categoria esportiva. As tevês a cabo, por assinatura, têm nesse jornalismo um incentivo para conquistar novos anunciantes e clientes.

A evolução do noticiário esportivo tem sido significativa, uma vez que jornais de muita tradição passaram a dedicar-lhe cerca de vinte colunas diárias, “a editoria de esportes tem importância pela diversidade de assuntos que aborda nos setores profissional e amadorístico”. (ERBOLATO, 1981, p. 15).

É notável o crescente desenvolvimento da produção jornalística, a qual veio cedendo espaços cada vez mais significativos para o assunto em questão. Esse crescimento foi possível graças à popularização, principalmente do futebol, que passou a atrair um contingente cada vez maior de fãs, que estavam dispostos a consumir produtos informativos que tinham no esporte (futebol) seu maior direcionamento e destaque. O futebol, fortalecido depois que o Brasil se tornou tricampeão mundial, é o esporte que ainda entusiasma a maior parte da população brasileira.

O desenvolvimento jornalístico acerca de outras modalidades esportivas no Brasil passou a ganhar destaque quando os atletas passaram a conquistar seu espaço, através de vitórias nos campeonatos, no panorama internacional, para num segundo momento ocorrer sua valorização no “mercado” nacional.

A ginástica olímpica passou a galgar seu espaço quando a ginasta Daniele Hipólito, no campeonato mundial realizado em 2002, conquistou a medalha de prata no aparelho solo (essa foi a primeira das medalhas ganhas pelo Brasil nessa modalidade no cenário internacional); e quando, em 2003, Daiane dos Santos se tornou a primeira brasileira a ser campeã mundial na ginástica artística, e por consequência a ser a número um do *ranking*. Nas olímpiadas de 2004 realizadas na Grécia, Daiane dos Santos, atual campeã mundial no período em questão, teve seu espaço de destaque em algumas das revistas de maior circulação do país, a revista *Veja*, além de ser noticiada nos mais diversos meios (tevê e internet principalmente). Isso possibilitou às atletas e ao país um “momento de fama” diante das mídias nacional e internacional.

É nesse contexto que a técnica e trabalho do jornalista têm sua importância para a divulgação e compreensão das notícias esportivas. Esse profissional faz a tradução das linguagens setorializadas para uma linguagem acessível que terá um amplo e significativo alcance social.

No momento atual as redações se encontram divididas em editorias, as quais pressupõem conhecimentos específicos, e por isso se torna necessário por parte do profissional um vasto e diversificado conhecimento acerca dos assuntos. “As redações são divididas em editorias, e é necessário por parte do jornalista um grande investimento intelectual; a Teoria da Cognição sustenta que, para transmitir o conhecimento de algo, é preciso entender esse algo”. (LAGE, 2001, p. 109).

O jornalismo especializado consiste em produções que se referem aos mais variados assuntos. Torna-se mister mencionar que essa categoria da comunicação social refletirá, desde que os profissionais sejam qualificados, produções de maior abrangência, e conteúdos com maior profundidade.

A especialização como citado propiciará uma recepção mais eficaz dos assuntos, os quais muitos destes restringem-se a um palavreado técnico e de difícil compreensão por parte do público; é nesse cenário que o jornalista apresenta seu papel de comunicador, permitindo através de um linguajar ”acessível” a maior parte da população a possibilidade de uma compreensão acerca dos assuntos informativos, possibilitando dessa forma a efetivação do processo de comunicação, a integração entre emissor e receptor.

O jornalismo é crítico, ele é a exposição que combina interesse do assunto com um número significativo de dados, formando um todo compreensível e abrangente, e para que haja essa ampliação da bagagem cultural é preciso uma aproximação com um fluxo informativo, bem como sua filtragem acerca desses dados, e num segundo momento, sua apreensão.

Os veículos de comunicação apresentam mecanismos para a divulgação, veiculação e inserção das matérias de cunho esportivo ao público receptor. As matérias, os programas de esportes, têm em seu teor primordial não apenas informar, mas principalmente, apresentar o poder do entretenimento, a influência de provocar no íntimo do público emoções, como um forte envolvimento no interior dos receptores com aquilo que está sendo abordado.

A notícia é o jogo ou a disputa. Dela as pessoas tomam conhecimento assistindo ao espetáculo ou a partir de resumos – os lances principais. Tudo o mais é constituído de declarações e decisões, tomadas num clima de paixão, em torno das quais se propõem análises e prognósticos – a crônica desportiva. Cabe ao repórter de esportes documentar essas declarações e decisões, atento ao contexto emocional em que se situam, e à natureza empresarial que hoje assume

a atividade desportiva. Mas não deve perder de vista os aspectos éticos, seu poder de catarse – catalisador de tensões sociais – e a finalidade educativa de sua prática, que deve voltar-se para a saúde física e mental. (LAGE, 2001, p. 115).

Num terceiro momento, depois da divulgação e da recepção das informações surge no jornalismo, como um todo, *as críticas*, as quais podem ser positivas e/ou negativas, mas que são de suma importância quanto à forma como a sociedade que se julga especializada recebe as produções. Conforme atesta Lage (2001), a crítica ocupa no jornalismo de artes e espetáculos o papel correspondente às crônicas política e esportiva.

Ela deve ser encarada como uma análise que permite a possibilidade de uma busca por melhores resultados qualitativos e quantitativos, visto que antes de qualquer coisa as reportagens, notícias, buscam em sua relação estreita com o marketing publicitário a obtenção dos lucros.

Lage (2001) diz ainda que a reportagem se põe a serviço do marketing, mesmo na mais sofisticada ou clássica expressão artística, já que todo produto cultural é comercializável.

2.1 A evolução do jornalismo esportivo no Brasil

Nos primórdios do jornalismo esportivo no Brasil, início do século XX, para ser mais exato, uma modalidade esportiva, o remo, alcançava certos patamares de popularidade diante do público; porém, chegou-se a questionar qual espaço os esportes deveriam ter nas manchetes dos jornais, ou em outros veículos de comunicação.

- “Dentre as publicações a revista Placar foi a primeira dedicada ao esporte no final dos anos 60”, (COELHO, 2004, p. 8). Além desta, surgiram outros periódicos com a finalidade de informar sobre esportes; em 1910, havia no Jornal Fanfulha debates sobre as modalidades esportivas em destaque no panorama nacional.

Segundo o autor mencionado, na década de 1930 surge o Jornal dos Sports no Rio de Janeiro. É necessário ressaltar que este foi um dos primeiros jornais a enfatizar e a ampliar o espaço destinado aos esportes. Contudo, apesar dessa evolução quanto ao espaço nos jornais, os grandes cadernos de esportes só vieram a estabelecer um espaço relevante, quando “surgiu nos anos 1960 em São Paulo o

Caderno de esportes, que originaria o Jornal da Tarde” (COELHO, 2004, p. 10). Esta foi uma das mais importantes experiências de grandes reportagens no jornalismo brasileiro.

“O futebol, que hoje é a modalidade de maior popularidade no Brasil e no mundo, mas só veio ganhar relatos apaixonados, com um grau elevado de subjetividade em espaços dos jornais a partir da década de 1940”, explica o autor.

Logo após o Brasil conquistar os três primeiros títulos mundiais, e se firmar como potência futebolística no âmbito internacional, é que o jornalismo nacional passa a trazer nas matérias relatos e coberturas, as quais contêm um maior envolvimento, totalmente parcial vale ressaltar, por parte dos profissionais e do público receptor.

Conforme Coelho (2004), as crônicas de Nelson Rodrigues e Mário Filho motivavam o torcedor a ir aos estádios para os jogos seguintes e, especialmente, a ver seu ídolo no campo.

A partir do momento em que o futebol alcançou o status de modalidade esportiva de maior prestígio nacional, e que os jornalistas passaram a se envolver diretamente com a emoção do esporte, passou-se por consequência à idolatria dos jogadores e esportistas. Levando os telespectadores a acompanhar, a ir aos estádios, a fim de participar indiretamente, de ver os shows proporcionados pelo esporte, e por consequência seu espetáculo.

“A noção de realidade que o jornalismo esportivo carrega nos termos atuais torna a cobertura esportiva tão brilhante quanto qualquer outra cobertura jornalística. O ponto-chave é que, muitas vezes, tal cobertura exige mais do que a noção da realidade”. (COELHO, 2004, p. 22).

Os novos adventos tecnológicos, principalmente os que têm influência direta na área da comunicação social, possibilitaram coberturas significativas no âmbito jornalístico, e isso foi favorecido pelos mecanismos técnicos, os quais permitem uma riqueza de detalhes (áudios-visuais) indescritível para o público receptor. O jornalista, nesse momento assume sua importância, visto que se utilizará desses mecanismos com o intuito de intermediar a interação entre a comunicação, a informação e o público.

De acordo com Coelho (2004), a cobertura esportiva abre espaço para análise de outras categorias como os eixos econômico e político que cercam o esporte.

Dentro da categoria esporte há pertinência no estudo de outros setores das ciências, tais como a economia e a política, as quais se ligam intimamente ao esporte. Essas duas categorias estão presentes desde as escolhas dos presidentes de cada confederação desportiva, a busca por patrocinadores, aos contratos dos atletas, e sua consequente divulgação com o uso das imagens dos denominados heróis-singulares das modalidades esportivas. – “O início do ano 2000 foi promissor, passaram a procurar jornalistas para fazer a cobertura esportiva”. (COELHO, 2004, p. 25).

O desenvolvimento do jornalismo esportivo foi tanto que surgiu a necessidade por parte das empresas de ampliar os espaços às notícias de cunho esportivo. O meio online foi um dos veículos utilizados, com o objetivo de proporcionar uma recepção imediata e instantânea ao público, devido ao fluxo infinito de informações.

No final dos anos de 1970, as rádios davam show todo domingo nas principais capitais do país. E, com isso, chamar a atenção também de um segmento do mercado publicitário. Não faltavam anunciantes. A maior parte deles não vinha das grandes empresas. Eram fabricantes de bebidas alcoólicas, cigarros. Gente interessada em atingir a camada de menor poder aquisitivo da sociedade brasileira. (COELHO, 2004, p. 28).

Apesar dos veículos, como a televisão e as mídias online terem dado espaços cada vez maiores ao esporte, foi o rádio, como meio que atinge primordialmente camadas diversas da sociedade, devido principalmente seu baixo custo, que teve e continua a apresentar uma linguagem e divulgação mais subjetiva e mais adequada a grande massa, o que implica num envolvimento relativamente alto entre o meio e o público.

Ai daqueles que forem para a redação achando que vão fazer a cobertura esportiva apenas da sua modalidade predileta. [...] Não existe jornalistas de esportes. Existe o jornalista que é especialista em generalidades. O problema é que o mercado só permitiu a criação de jornalistas de futebol, automobilismo. (COELHO, 2004, p. 37).

Os veículos de comunicação, na área esportiva em particular, como citado anteriormente, necessitam de mão de obra qualificada e que esteja disposta a não produzir matérias apenas da modalidade que mais lhe agrade.

Em suma, o jornalista esportivo deve ser encarado como qualquer outro profissional da área, tem que saber apurar e a partir daí produzir matérias, que reflitam o domínio por parte do comunicólogo do assunto que será discutido.

De acordo com Coelho (2004), a síntese do jornalismo esportivo consiste na apuração de informações inéditas e na construção de matérias corretas. É necessário conhecimento sobre a temática que será analisada e disseminada.

A televisão é ainda o veículo que permite ao profissional da comunicação maior destaque e visibilidade diante da sociedade:

Investir em televisão é o melhor negócio. Paga muito melhor e dá ao jornalista que trabalha com esportes uma visibilidade que os jornais impressos por exemplo, não oferecem mais, disse Roberto Avallone, repórter brilhante que trabalhou no Jornal da Tarde. (COELHO, 2004, p. 47).

A televisão passou a vender a imagem de alguém que passou a julgar-se mais importante do que a notícia. O jornalismo como um todo e suas diversas vertentes tem uma finalidade única, que é mostrar, informar ao público receptor, e por fim lucrar, visto que o mercado tem sua influência sobre todas as áreas do conhecimento.

Em resumo, o comunicólogo deve apresentar uma bagagem cultural ampla e diversificada para que haja produções jornalísticas de alta qualidade, e que possam ser apreendidas pelas massas, e num segundo momento discutidas.

Torna-se necessário fazer do diário esportivo um exercício constante de criação. A única maneira de mostrar que o esporte é viável é explicitar que o jornalismo esportivo não é feito apenas por assuntos envolvendo esporte, sua discussão tem uma abrangência relativamente extensa e interdisciplinar.

2.2-Jornalismo on-line: disseminação em massa

Ao longo da história o homem fez evoluir as formas e os mecanismos de práticas da comunicação, procurando dessa forma suprir suas necessidades, acompanhar as mudanças tecnológicas, e, por consequência, interagir com outros indivíduos, anulando assim as barreiras geográficas nesse processo da comunicação. A Internet tem um papel decisivo nesse processo, visto que ela é uma das grandes responsáveis por essa integração, que se dá em escala global.

O mercado, apercebendo-se desse crescente público, e ao mesmo tempo de uma possível e significativa camada consumidora, passou a aliar e investir nessa nova mídia os usos de marketing, da publicidade e da propaganda. Moraes (1998)

aponta dados que confirmam esse crescente mercado: “a Internet Domain Survey (IDS) estima que a Internet crescerá a uma taxa entre 40% e 50% por ano, [...] Existem computadores ‘oficialmente’ ligados na internet em 240 países”. (MORAES, 1998, p. 160).

As empresas de comunicação seguindo os caminhos ditados pelo mercado, e sempre com intuito de lucrar, passaram a expor categorias de interesse da massa, como o esporte por exemplo, aliando-as às marcas. “O esporte tornou-se um segmento cobiçado por corporações de mídia, que quebram lances para conseguir os direitos de transmissão das competições mundiais. [...] O esporte é o melhor chamariz para a mídia. [...] Daí a intenção de usá-lo como principal produto de oferta”. (MORAES, 1998, p. 202).

Complementando o exposto, a mídia (e o mercado) tem insistido em divulgar produtos ligados a diversas categorias (principalmente a esportiva, e a do entretenimento), e ao mesmo tempo atrair e agrupar os diversos consumidores com produtos e assuntos de seus interesses.

A massificação da audiência continua sendo a bitola preferencial de redes de televisão, rádios, mas os veículos de comunicação investem, simultaneamente, na fragmentação e no reagrupamento de comunicadores por interesses afins. (MORAES, 1998, p. 197).

Os portais (sites) têm se mostrado como um dos mecanismos de maior audiência da rede mundial de computadores. O foco nestes instrumentos da mídia on-line tem se ampliado na medida em que a televisão e a internet se aproximam e se fundem quanto às suas características (instantaneidade, sensorialidade, entre outras). Esse cruzamento, essa fusão, apresenta uma tendência capitalista, fazendo evoluir as compras eletrônicas, principalmente na área da diversão (jogos e equipamentos eletrônicos, roupas, brinquedos, dentre outros). Moraes (1998) confirma o exposto afirmando que o foco nos sites se amplia na medida em que eles se ajustam à convergência entre a televisão e a Internet.

Quando as imagens de ícones culturais no caso do século XX se projetam em telas e monitores, perdemos a noção de que eles se movem como signos sociais em cadeias de consumo global. [...] À sombra de nossas retinas prosperam como forças produtivas incensadas pelo uso intensivo de instrumentos refinados de marketing e pela superexposição nas mídias dos quatro quadrantes. [...] Potencializados por redes eletrônicas, os aparatos de difusão tornam próximos e presentes os acontecimentos separados por fusos horários, injunções geopolíticas e iniquidades de toda ordem. Eles

inscrevem, disseminam e consolidam não apenas referências culturais (artistas, ídolos esportivos, etc.), como também marcas de produtos (Disney, General Motors, Nestlé, Sony, etc.). [...] Os Slogans publicitários fazem questão de realçar a circulação de mercadorias e bens simbólicos em domínios universais. (MORAES, 1998, p. 15).

Todo esse processo de associação de imagens aos produtos e às marcas é realçado pelas ferramentas tecnológicas, as quais possibilitam a intensa divulgação e a conexão entre esses bens simbólicos, as ideias e espaços físicos do mundo.

O ritmo febril das acelerações tecnológicas quebra divisórias, afronta as zonas paralelas e corrói os polos estáticos. [...] A infraestrutura das comunicações respalda-se na formidável expansão das tecnologias da informação, que estimulam, por conexões generalizadas, a convergência entre telecomunicações, mídia e informática. A linguagem digital comum potencializa as interfases entre os dispositivos tecnológicos, multiplicando a capacidade de transmissão dos conteúdos. (MORAES, 1998, p. 29).

Essa velocidade disseminadora da internet em escala global efetivou essa nova mídia diante do mercado, e diante dos demais veículos informativos, oferecendo ao público o acesso em tempo real às notícias, ao entretenimento, aos serviços e aos negócios.

Ainda de acordo com Moraes (1998), as companhias de softwares, provedores e guias de busca na Web transformam-se com extrema avidez, em megaempresas da comunicação on-line. Os portais sites, os quais cresceram de forma assustadora no mercado, disponibilizam, numa mesma homepage, ferramentas de buscas, conteúdos informativos, seções de entretenimento, serviços variados, chats e compras eletrônicas.

Dentro desse universo de variados serviços e ferramentas disponíveis na internet, fornecidos por inúmeras empresas, que competem no mercado de forma acirrada, investindo cada vez mais em tecnologia e em novas ferramentas da mídia on-line, torna-se necessário, por parte destas empresas, cumprir alguns requisitos básicos para conseguir se manter no meio social e no próximo século.

Segundo Moraes (1998), Denise Caruso, uma das estrelas da revista Wired, avalia que, para uma grande empresa de mídia e entretenimento galgar posições no próximo século, terá que cumprir cinco requisitos básicos: primeiro, conhecer a fundo áreas de interface homem-computador, interatividade e computação gráfica; segundo, projetar e implementar cenários virtuais; terceiro, fazer alianças com

empresas setoriais e fabricantes de hardware e software; quarto, acumular competências para sair na frente dos competidores; quinto e maior desafio, investir grande volume de capital em prazos relativamente curtos.

Ainda de acordo com Moraes (1998), algumas das empresas voltadas para o meio virtual (as páginas virtuais) que vivenciam certa ascensão e estabilidade diante do mercado são: as páginas da América Online (AOL), Yahoo, Excite, Lycos, Infoseek, Microsoft, Netscape, estas estão entre as mais visitadas, e vale ressaltar que é a estas empresas que a maior parte das verbas publicitárias se destinam.

Em suma, é nesse cenário de constantes evoluções no âmbito tecnológico, no qual empresas diversas se unem às empresas de comunicação, passam a aliar os produtos à informação, e aos bens simbólicos. Nesse momento, a figura do jornalista (enquanto profissional preparado diante das novas tecnologias da comunicação e da informação) e do jornalismo especializado, ganham destaque, principalmente através do marketing e das publicações, os quais trabalhados e planejados pelo jornalista acerca de categorias estratégicas diante do gosto popular, irão convergir no objetivo principal para o mercado: o **lucro**.

Conforme Pinho (2003), o jornalismo especializado – aquela informação dirigida à cobertura de assuntos determinados e em função de certos públicos, dando à notícia um caráter específico – também está presente na internet. Sites autônomos de jornalismo especializado oferecem assim, aos internautas, notícias atualizadas e amplas coberturas sobre campos e temas diversos, como: política, esportes em geral, além de expô-los a diversificadas propagandas e publicidades.

CAPÍTULO III - Corpus da Análise

O fenômeno da espetacularização é ocasionado pela superexposição de algo e/ou alguém às mídias (televisão e internet). O intuito primordial desse processo midiático está voltado para questões de cunho mercantil, ou mercadológico. Isso se explicita ao ver nomes de indivíduos ligados diretamente às marcas de produtos os mais diversificados possíveis.

A análise em questão abordará a categoria esporte, tendo como subcategoria em estudo a ginástica artística, que, por vezes, é chamada de ginástica olímpica. Essa modalidade, por abordar em suas performances movimentos de força, flexibilidade, equilíbrio, velocidade e ter um teor significativo de estética ligados à prática em questão, tem atraído o interesse do público. Também tem atraído o desejo de lucro dos veículos de comunicação de massa, que exibem os campeonatos, e vêm concedendo um maior espaço às matérias ligadas à modalidade, e por consequência, têm aumentado substancialmente os seus índices de audiência.

É necessário destacar que esse estudo tem a pretensão de mostrar que a espetacularização acerca desses atletas, os quais denominamos de ‘heróis-singulares’, tem consequências sobre o próprio atleta, a maioria destas, relacionadas ao estado psicológico, que podem, como o *corpus* selecionado irá apontar, ter influências sobre as apresentações ou performances dos atletas.

O material escolhido traz informativos com relação às surpresas e decepções acerca dos ginastas, os quais eram tidos como favoritos aos títulos no mundial de ginástica artística realizado em Londres, no Reino Unido, no ano de 2009, e em Roterdã na Holanda em 2010, devido ao seu bom desempenho em torneios anteriores, mas também a visibilidade propiciada pela mídia. Ele foi veiculado no UOL⁵, que é um dos maiores e mais acessados portais de notícias do Brasil, e também alguns dos informativos tiveram veiculação no *Gym Blog Brazil*, que divulga informativos relacionados à ginástica e seus resultados.

⁵ UOL – Principal portal de conteúdo e provedor pago de acesso à internet do país. Segundo o *Ibope Net Ratings*, o UOL teve média de 7,234 milhões de visitantes mensais no Brasil entre janeiro e setembro de 2004, número que lhe dá a primeira posição no *ranking* dos maiores portais de conteúdo brasileiros e representa cerca de 60% de alcance nesse mercado. Isso significa que de cada dez pessoas que acessam a internet a partir de casa, seis visitam o UOL regularmente. (HERNANDES, 2006, p. 12).

A seguir estão listados alguns dos condicionantes que foram abordados nesse estudo que se relaciona aos ginastas, os denominados ‘heróis-singulares’. Estes aspectos integraram a maior parte dos casos.

A/ Valores fisiológicos

- Preparo físico
- Lesões físicas

B/ Valores relativos ao Ego

- Reconhecimento
- Visibilidade na mídia
- Dominação

C/ Valores que exprimem o medo

- Segurança emocional
- Concentração
- Pressões psicológicas

D/ Valores de jogo e de alegria

- Excitação
- Emoção

Top 12 - Destaques e decepções do Mundial de ginástica

O primeiro Mundial de ginástica artística após os Jogos Olímpicos de Pequim não apresentou grandes estrelas da nova geração do esporte. Ao contrário, coroou antigos nomes como o do romeno Marian Dragulescu e comprovou a hegemonia da China. Já grandes potências como a Rússia, a Romênia e os Estados Unidos da América deixaram a desejar, enquanto a seleção brasileira voltou para casa sem uma medalha sequer.

Confira abaixo alguns dos grandes destaques e as maiores decepções da competição disputada na última semana em Londres. As imagens usadas abaixo são do portal UOL.

1-Marian Dragulescu: O romeno foi ao Mundial de Londres completamente desacreditado. Após o fiasco nos Jogos Olímpicos de Pequim-2008, quando caiu no solo e ficou distante do pódio, Dragulescu chegou a anunciar aposentadoria no início deste ano. Mas para a sorte dos amantes da ginástica, o europeu voltou aos tablados, treinou por dois meses e foi à Inglaterra em sua melhor forma: foi o único ginasta a conquistar dois ouros e chegou ao incrível número de oito medalhas douradas em mundiais.



Por ele não ter conseguido bons resultados em competições anteriores, a grande mídia não mais o viu como algo que pudesse ser rentável, apesar do seu histórico de conquistas. Tanto foi o pessimismo acerca de sua imagem de *atleta*, que ele cogitou a possibilidade de desistir da prática esportiva. Distante dos holofotes, e sem carregar nenhum peso, já que estava desacreditado diante da mídia, do público, e dele mesmo, foi ao mundial, sendo o único ginasta a conquistar duas medalhas de ouro. (O ginasta comentou que o fato de ele não ser o atual campeão, não o tornava favorito aos títulos. Ele delegou o favoritismo ao chinês Zou Kai, que é o atual campeão olímpico no solo).

Confirmando o poder de influência que a mídia tem sobre o público, com ênfase à televisão, Betti (2001) diz que o esporte está ganhando, cada vez mais, espaço nas mídias. E, a televisão, como sendo o maior meio de comunicação de massa, defendendo seus interesses sócio-político-econômicos, ‘devora’ e influencia as outras mídias a dar visibilidade ao esporte. A esta abrangência o autor deu o nome de “esporte espetáculo”.

Além do mais, “a mídia é detentora de um grande poder, que foi adquirido pelos avanços tecnológicos [...]. A mídia quer através do esporte socializar sua informação e utilizá-lo como produto de consumo⁶”. Esse desejo de consumo fez com que a mídia, através do poder ideológico que exerce, ganhasse o direito diário de escolher a divulgação e com qual interesse comercial seja divulgada tal informação, relacionando-se diretamente a algo que lhe é rentável como o esporte e seus ícones.

O exemplo mencionado acima teve nesse mundial mais três casos semelhantes, os quais serão mostrados respectivamente abaixo:

2-Arthur Zanetti: O brasileiro partiu para o segundo Mundial de sua carreira à sombra de Diego Hipólito e até dos veteranos Victor Rosa e Mosiah Rodrigues, mas chegando a Londres mostrou que é um dos grandes ginastas do país para o futuro. Após entrar na final das argolas com a última nota, o paulista de dezenove anos fez uma bela apresentação e até liderou a decisão. Acabou ultrapassado e não subiu ao pódio, mas o 4º lugar foi o melhor resultado de um brasileiro em Mundiais depois dos ouros de Hipólito.



⁶ Disponível em : <http://www.efdeportes.com/efd30/algumas-discussões-sobre-o-esporte-na-mídia.htm>

3- Koko Tsurumi: A japonesa, de 16 anos, começou a despontar no cenário internacional neste ano, em etapas da Copa do Mundo de ginástica artística, mas não era um dos principais nomes do Mundial de Londres. Ainda assim, foi uma das ginastas mais regulares da competição, desbancou favoritas e somou duas medalhas: uma prata nas barras paralelas assimétricas e um bronze no individual geral.



4- 'Vovô' Iovtchev: Jordan Iovtchev foi o ginasta mais velho a disputar o Mundial de Londres. Foi à competição apenas para disputar as argolas, seu melhor aparelho e, mais uma vez, não decepcionou. O atleta de 36 anos, que também acumula a função de presidente da Federação Búlgara, fez grande apresentação na final e conquistou a medalha de prata. Foi o 12º metal conquistado por Iovtchev em Mundiais, desde a edição de 1995 em Sabae, no Japão.



5- Elizabeth Tweddle: A veterana britânica poderia entrar na lista das decepções do Mundial. Garota-propaganda da competição, Beth frustrou toda a torcida local ao cair nas eliminatórias e ficar fora da final das barras paralelas assimétricas, aparelho do qual já foi campeã mundial. Mas a britânica deu a volta por cima, se classificou à decisão do solo com a segunda melhor nota e, na final, assegurou o único ouro dos donos da casa, fazendo a festa dos torcedores presentes na Arena O2 no último dia. (A imagem que será exibida a seguir não é a mesma que foi mostrada na reportagem divulgada pelo *UOL/ esporte*).



- Assim como Marian Dragulescu, estes atletas estavam distantes dos holofotes das mídias, do público e, mesmo assim, enceraram e se consagraram como os destaques da modalidade no ano de 2009.

AS DECEPÇÕES DO CAMPEONATO MUNDIAL

1- Diego Hipólito: O brasileiro era a grande esperança de medalha do Brasil no Mundial de Londres, além de ser cotado para o tricampeonato no solo. Mas fez uma apresentação aquém do seu melhor nas eliminatórias e sequer passou à final. Embora se saiba que o pouco tempo de treino devido a uma cirurgia no ombro foi determinante para o resultado, o próprio Diego admitiu a frustração de ficar fora da

decisão: "Para mim, será muito estranho não ter mais competições nos próximos dias em Londres. Não vim para passear".



2- Jonathan Horton: O norte-americano conquistou a prata na barra fixa nos Jogos Olímpicos realizados em Pequim - 2008, e neste ano faturou nada menos do que três ouros e uma prata no difícil Campeonato Nacional de ginástica. Mas no Mundial, o jovem ginasta do Texas acumulou insucessos. Na final do individual geral, errou em praticamente todos os aparelhos e ficou na melancólica décima sétima colocação. E na decisão da barra fixa, seu melhor aparelho, caiu e não passou sequer dos 14,000 pontos, ficando em último lugar.



3- Rússia: Uma das mais tradicionais nações na ginástica artística mandou a Londres um time que contava com a já experiente Ksenia Semenova, campeã europeia no individual geral, e com a promissora Ekaterina Kurbatova. Mas as duas foram muito

mal. Semenova não passou do 13º lugar na final do individual geral, e Kurbatova ficou em quarto lugar no salto. Com isso, os dois únicos bronzes da Rússia no Mundial foram conquistados pelos homens: Yury Ryazanov no individual geral e Anton Golotsutskov no salto sobre a mesa.



4- Un Jong Hong: Campeã olímpica nos Jogos de Pequim, em 2008, a norte-coreana Un Jong Hong era o grande nome de seu país no mundial, e esperança certa de medalha na prova do salto sobre a mesa. Nas eliminatórias, ela foi bem, fez a segunda maior nota criou a expectativa de um bom duelo com a promissora norte-americana Kayla Williams. Mas na grande final, Hong conseguiu cair na aterrissagem dos seus dois saltos e ficou distante do pódio, apenas na quinta colocação.



5- Rebecca Bross: A ginasta conquistou a prata no individual geral e o bronze nas barras paralelas assimétricas em Londres. Por que então foi considerada uma das decepções do mundial? Apesar de ter só dezesseis anos, Bross chegou ao Mundial

como uma das promessas do time estadunidense graças às três medalhas obtidas no Campeonato Nacional. Em Londres, porém, ela errou em momentos decisivos, tendo protagonizado uma das maiores "zebras" da competição. Após chegar ao último aparelho do individual geral com vantagem de mais de 1,5 ponto para a compatriota Bridget Sloan, Rebecca foi mal no solo, caiu e viu a rival ficar com a medalha de ouro.



6- Ana Porgras: Carregando o peso de compensar as ausências da aposentada Steliana Nistor e da lesionada Sandra Raluka Izbasa, a romena foi um dos destaques do primeiro dia das eliminatórias no Mundial, avançando a quatro finais e confirmando o status de atual campeã nacional. Mas nas decisões, a jovem que ainda nem completou dezesseis anos sentiu a responsabilidade de representar uma das principais escolas da ginástica artística mundial e acabou decepcionando, subindo ao pódio apenas na prova das barras paralelas assimétricas.



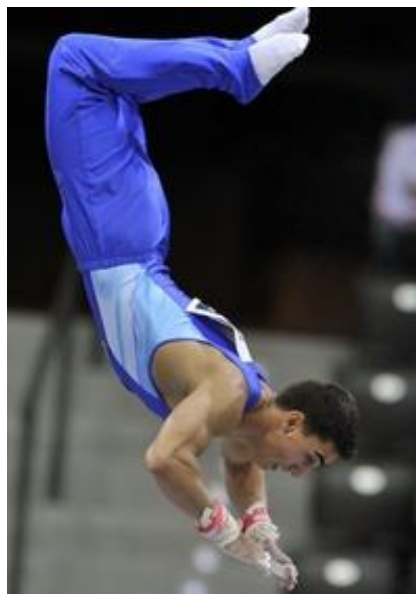
- Todos estes, diferentemente dos casos citados como surpresas do mundial, eram tidos como os 'espetáculos' do evento, devido os seus últimos resultados, além de estarem representando escolas tradicionais da ginástica. A

veiculação nas mídias, principalmente on-line, foi intensa e o resultado final desses atletas foi o ‘fracasso’.

Como prova de que há de fato um ‘peso psicológico’ ocasionado pelo ‘fenômeno da espetacularização’ em torno dos atletas e seus respectivos resultados, foi selecionada uma segunda matéria. Divulgada no *Gym Blog Brazil*, desta vez sobre o mundial realizado em Amsterdã, 2010, na Holanda. A estrela e grande favorito, o romeno Dragulescu, que conquistou dois ouros no último campeonato, era o grande alvo da mídia. O atleta não resistiu às pressões, e nem sequer avançou a qualquer final. Vale ressaltar que ele foi considerado pela crítica e mídia uma das maiores decepções do ano e do mundial.

Veja: **Marian Dragulescu vai mal no Mundial e deve ficar fora das finais por aparelho** (Ver matéria na íntegra nos anexos).

Com a ausência do brasileiro Diego Hipólito e do chinês Zou Kai, as chances de Marian Dragulescu no solo se multiplicaram no Mundial de ginástica artística em Roterdã, Holanda. Porém, no primeiro dia das eliminatórias masculinas, o romeno octacampeão mundial teve mais dificuldades do que o esperado e foi mal nos três aparelhos que disputou, ficando com chances muito reduzidas de disputar finais individuais.



Outro caso que pode ser mencionado é o da russa Viktoria Komova, que foi multimedalhista nos Jogos Olímpicos da Juventude, essa competição foi exibida no Brasil pela Rede Record. Algo pertinente a ser dito é que as finais por aparelho que

aconteceram em um fim de semana, foram transmitidas durante a semana que se seguia. Viktoria foi ao mundial de Tóquio, 2011, como grande favorita aos pódios, isso pelos excelentes resultados conquistados em competições anteriores. Nas finais, o que se viu, e isso foi bastante comentado nas mídias, foi uma jovem insegura, denotando explicitamente sua fragilidade psicoemocional, e que, apesar de ter conquistado medalhas no mundial, se esperava mais dessa atleta.



Viktoria Komova of Russia. Credits: Adam Pretty/Getty Images.

Abaixo está disposto, em link, um vídeo dos resultados (que eram esperados) da ginasta russa.

http://www.youtube.com/watch?v=6aXizcP_5Aw

Algo que é válido destacar refere-se às lesões, que acometem esses atletas de alto rendimento, configurando-se como um condicionante, que, também, interferirá no resultado final das apresentações dos atletas.

CAPÍTULO IV

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Dentre os autores estudados para a construção da metodologia deste trabalho, destacamos Laurence Bardin (2007), Pedro Demo (1987), Maria Cecília de Souza Minayo (1996), Wilson Fonseca (2005).

A pesquisa adotou a metodologia qualitativa⁷ prioritariamente.

As análises são embasadas pelo método de análise de conteúdo⁸ especificamente, no campo da análise categorial⁹ (análise temática).

A análise de conteúdo, em si, compreende três etapas específicas. Bardin (2007) aponta três fases distintas quanto ao processo de pesquisa, organização e análise, as quais são: a pré-análise, que é fase de organização propriamente dita. Corresponde a um período de instituições, mas tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise.

Essa primeira fase, especificamente, decorreu no trabalho da seguinte forma: na busca pelas matérias e informativos, de um modo geral que abordam o fenômeno da espetacularização diante dos atletas. Essa fase foi o ponto de partida para as fases subsequentes.

⁷ A análise qualitativa corresponde a um procedimento mais intuitivo, mas também mais maleável e captável a índices não previstos, ou a evolução das hipóteses. Este tipo de análise deve ser então utilizado nas fases de lançamento das hipóteses, já que permite sugerir possíveis relações entre um índice da mensagem e uma ou diversas variáveis do locutor (ou da situação da comunicação). [...] Ela apresenta características particulares. É válida, sobretudo, na elaboração das deduções específicas sobre um acontecimento ou uma variável de inferência precisa, e não em inferências gerais. Pode funcionar sobre um *corpus* reduzidos e estabelecer categorias discriminantes, visto não estar ligada, enquanto análise quantitativa, a categorias que deem lugar a frequências suficientemente elevadas para que os cálculos se tornem possíveis. (BARDIN, 2007, p. 141).

⁸ Um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais subtis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados. [...] A análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objectiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação. (BARDIN, 2007, p. 20).

⁹ A cronologicamente, está técnica é a mais antiga, sendo, na prática, a mais utilizada. Funciona por desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo agrupamentos analógicos. Entre as diferentes possibilidades de categorização encontra-se a análise temática, bastante rápida e eficaz. (FONSECA, 2005, p. 301).

De acordo com Bardin (2007), em um segundo momento da análise, há a exploração do material e a verificação se as diferentes operações foram convenientemente concluídas. A fase da análise, propriamente dita, não é mais do que a aplicação sistemática das decisões tomadas. [...] Esta fase, longa e fastidiosa, consiste, essencialmente, em operações de codificação, decomposição ou enumeração, em função de regras previamente formuladas.

Nesta segunda etapa após escolhidos os informativos, deu-se início ao processo exploratório, onde foram observados os casos (espetáculo/ mídia/ atleta/ resultado final na competição), e contrastados com momentos antes e depois da exposição do atleta ao ‘espetáculo’.

Há ainda a terceira etapa que consiste nos tratamentos dos resultados, “os quais são tratados de maneira a serem significativos (falantes) e válidos. Operações estatísticas (percentagens), ou mais complexas (análises factoriais), permitem estabelecer o quadro de resultados, diagramas, figuras ou modelos, os quais condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise. [...] Por outro lado, os resultados obtidos, a confrontação sistemática com o material e o tipo de inferências alcançadas podem servir de base para uma outra análise disposta em torno de novas dimensões teóricas, ou praticadas graças a técnicas diferentes. (BARDIN, 2007, p. 128).

Esta terceira e última etapa, consistiu na confirmação das etapas anteriores e da ‘eficácia’ do fenômeno estudado diante dos atletas, assim como suas implicaturas. Percebeu-se que a análise em questão traz à tona um leque de possibilidades quanto ao estudo em outras vertentes de cunho teórico, confirmando, por conseguinte, seu caráter interdisciplinar com outras áreas das ciências, como o social, o psicológico, o mercadológico, bem como, as diversas categorias que cercam os esportistas, as quais foram mostradas anteriormente.

As informações que foram utilizadas na composição do *corpus* foram retirados do portal de notícias UOL, que é um dos maiores e mais acessados do país, e também do *Gym Blog Brazil*. As matérias que foram selecionadas mostram algo que foi profundamente citado no decorrer da pesquisa, que a exposição excessiva da mídia acerca dos atletas tem influências sobre suas performances. Mostra também o contraste, como é o caso do romeno Marian Dragulescu, que na competição de 2009 foi ao mundial de ginástica desacreditado, e distante da mídia, foi o único atleta a ganhar duas

medalhas de ouro na competição. Depois, na primeira grande competição posterior, que lhe sagrou um ícone do esporte, ele não foi feliz no evento.

Em suma, a pesquisa expõe ginastas, que são os favoritos aos títulos em determinada competição e, principalmente, os que estão sendo mostrados de forma um tanto intensa nos meios de comunicação de massa, com ênfase nas mídias on-line.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, constatamos que o fenômeno da espetacularização é alimentado pelas mídias, principalmente a televisiva e a online. O intuito desses veículos é lucrar, através da exploração imagética do atleta, geralmente aliando o esportista às marcas diversas, e comercializando-o.

Percebemos também que a publicização excessiva cria uma pressão no esportista, um peso psicológico, e que, na maioria das vezes, o atleta sucumbe a essas pressões, e não conquista resultados satisfatórios nas competições. Algo que comprova o mencionado são os casos citados (Marian Dragulescu, Diego Hipólito, Elizabeth Tweddle, Iordan Iovtchev, entre outros), no 3º capítulo. Casos esses, em que o fato de estar ou não em evidência na mídia, influenciou diretamente nos resultados obtidos. Porém, não se podem descartar as exceções. Há situações em que os ginastas resistem às pressões e comprovam o favoritismo. Como por exemplo, o caso do japonês Kohei Uchimura, que foi a Tóquio, em 2011, como atual bicampeão mundial no individual geral. Não cedeu às pressões, e conseguiu seu terceiro título mundial. Vale lembrar, que o atleta competiu no seu país de origem, por consequência, as expectativas acerca de resultados positivos eram maiores.

Algo que se notou ao longo da pesquisa diz respeito ao discurso que envolve a categoria esportiva. Pois ele trata, constantemente, de valores como a superação dos limites físicos e/ou psicológicos, as vitórias, a supremacia, a força. Tem se exigido performances impecáveis dos atletas de alto rendimento e resultados concretos (medalhas).

A tolerância às frustrações e o grau de competitividade, bem como o estresse são características desses esportistas, que são comparados a verdadeiras figuras olímpicas, ou heróis-singulares. A perfeição tem sido exigida desses atletas, que enfrentam desafios cotidianos de superação.

Os constantes e progressivos investimentos na disseminação informativa sobre o esporte, assim como o investimento em sua prática faz surgir a necessidade em se manter registros de conquistas.

Notou-se, também, que a inclusão do esporte nas mídias gera popularidade à própria categoria da ginástica e às próprias empresas de comunicação. O esporte passa,

consequentemente, a ser comercializado como entretenimento, como show. Não podendo, dessa forma, ser tratado dissociado da mídia e do próprio espetáculo.

A mídia elege os denominados heróis-singulares com o objetivo: explorar sua imagem, associá-lo a um mito, a um herói. Exibe de forma contínua seu cotidiano, suas performances e seus resultados esportivos. Explora ainda, seus dramas e emoções diversas, almejando a comoção do público. Os atletas, na situação analisada, são tratados como produtos mercadológicos.

Com a realização do estudo, esperamos que outras pesquisas aprofundem a temática, trazendo avanços para o campo comunicacional no que diz respeito à relação entre mídia, esporte e espetacularização, expondo os mecanismos de difusão do jornalismo nesse processo.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 4 ed. Edição revista e actualizada. Edições 70, 2007.
- BETTI, M., Esporte na Mídia ou esporte da Mídia? In: **Revista Motrivivência**, Ano XII, nº 17, Educação Física, Esporte, Lazer e Mídia (1) p. 107 – 111, set./2001. Editora da UFSC. FlorianópolisSC.
- COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo**. 2. Ed. – São Paulo: Contexto, 2004.
- DEBORD. Guy. **A sociedade do espetáculo** – comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro, Contraponto, 1997.
- DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2 ed. São Paulo. Atlas, 1987.
- ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo Especializado**: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1981.
- FONSECA, Júnior, W. C. **Análise de conteúdo**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2005, v. , p. 280-315.
- ARBEX, Júnior, José -1957-**Showrnalismo**: a notícia como espetáculo/ José Arbex Júnior- São Paulo- Casa Amarela, 2001.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- LAGE, Nilson de. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Editora Record, Rio de Janeiro e São Paulo, 2001
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico**: um ensaio sobre a comunicação e campo religioso. São Paulo: Paulus, 2003.
- MINAYO, Maria C. de Souza. **Pesquisa social**: Teoria, método e criatividade. 5 ed. Petrópolis, 1996.

MORAES, Dênis de. **O Planeta Mídia**: tendências da comunicação na era global. Campo Grande: Letra Livre, 1998.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. Neurose (capítulo sobre olímpicos, vasos comunicantes, simpatias e happy end). Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1980.

NASCIMENTO, Robéria N. A. **Sob o foco da espetacularização**: a metamorfose da comunicação e do jornalismo. Revista Informação e Sociedade. Ano 2006. João Pessoa: EDUFPB.

PINHO, J.B. Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação online/ J.B. Pinho. São Paulo: Summus, 2003.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 10.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

VALLE, Márcia Pilla do. **O Esporte de Alto Rendimento**: Produção de Atletas no Contemporâneo, 2003. Disponível em: <<http://www.psicoesporte.com.br/Downloads/artigonarcisismo.pdf>> Acesso em 02 de outubro de 2011, às 16h32min.

ANEXOS

Marian Dragulescu vai mal no Mundial e deve ficar fora das finais



20/10/2009 - 07h11

Com a ausência do brasileiro Diego Hypolito e do japonês Zou Kai, as chances de Marian Dragulescu no solo se multiplicaram no Mundial de ginástica artística em Roterdã, Holanda. Mas nesta segunda-feira, no primeiro dia das eliminatórias masculinas, o romeno octacampeão mundial teve mais dificuldades do que o esperado e foi mal nos três aparelhos que disputou, ficando com chances muito reduzidas de disputar finais individuais.

Dragulescu caiu da barra fixa e teve performances aquém do esperado em seus principais aparelhos. No solo, com baixos 14,300 pontos, o romeno já não tem chances de classificação, ainda que as eliminatórias tenham apenas começado, e no salto, com nota máxima de 15,800 pontos, ele também já está praticamente fora da disputa.

Vale lembrar, porém, que tal como Diego Hypolito, ausente no Mundial devido a uma cirurgia no tornozelo esquerdo, Dragulescu teve uma séria contusão no pé no último mês de setembro, ficando praticamente sem tempo para treinar antes do campeonato na Holanda. Ainda assim, o romeno quis competir, mesmo afirmando que estava com apenas 70% de sua forma, fato comprovado nas eliminatórias.

Apesar do mau desempenho de Dragulescu, a Romênia ainda está viva no Mundial. A equipe europeia é a quinta colocada provisoriamente na disputa coletiva, e Flavius Koczi tem boas chances de chegar a pelo menos três finais individuais.

Ao todo, 13 seleções já participaram das eliminatórias, que seguem nesta tarde com a participação de mais 11 equipes, entre elas os Estados Unidos e a anfitriã Holanda. O Brasil estreia na disputa masculina apenas na terça-feira ao lado de outros 19 times.

Japonês brilha

Até agora, o destaque das eliminatórias masculinas tem sido o japonês Kohei Uchimura. Mesmo competindo com fortes dores no ombro devido a uma lesão, o asiático, atual campeão mundial do individual geral, teve performance destacada em quase todos os aparelhos, com direito a 16,333 pontos no salto e 15,366 nas barras paralelas. Atualmente, ele lidera o classificatório com soma de 92,231 pontos, quase três pontos à frente do segundo colocado, o britânico Daniel Purvis.

Na disputa por equipes, a liderança é novamente japonesa, também seguida pela Grã-Bretanha. Coreia do Sul, França, Romênia, Espanha, Canadá e Colômbia completam a lista dos oito primeiros.

Desacreditado, Dragulescu surpreende no Mundial e minimiza rivalidade com Diego

A segunda etapa das eliminatórias masculinas disputadas nesta terça-feira no Mundial de ginástica artística trouxe ao público presente na Arena O2 algumas surpresas. A principal delas, porém, foi o renascimento de um ex-campeão.



• Dragulescu fez duas grandes apresentações no solo e no salto

Ligeiramente fora de forma, o romeno Marian Dragulescu chegou desacreditado a Londres. O pouco favoritismo que lhe restava era fruto do passado vitorioso, com direito ao título mundial de 2006. Mas nesta terça ele se superou. O ginasta disputou três aparelhos e assegurou duas finais: foi o segundo melhor no solo (15,725 pontos) e o terceiro melhor no salto (16,500).

Ao final de suas apresentações, Dragulescu disse ter gostado de seu desempenho. "Acho que fui bem para o primeiro dia. Acredito ter feito o suficiente para chegar às finais", disse o romeno. Oito ginastas se classificam para as finais de cada aparelho, e um terço dos competidores ainda irá para o tablado na tarde desta terça-feira.

Sobre uma possível disputa com o brasileiro Diego Hypolito, seu eterno rival no solo, Dragulescu desconversou. "Há muitos outros candidatos, não apenas Diego. O nível da competição está muito alto", declarou o ginasta. "Não me preocupo com Hypolito nem com ninguém em especial. Penso na minha rotina, em fazer bem o meu papel".

Um novo embate entre os dois ginastas, porém, acabou sendo adiado. Isso porque Diego, que no Mundial de 2006 perdeu o ouro justamente para Dragulescu, foi apenas o nono melhor nas eliminatórias do solo e ficou fora da final.

Destaques da segunda sessão

Além de Marian Dragulescu, a segunda bateria das eliminatórias do Mundial de Londres teve outros destaques. O principal deles foi o japonês Kohei Uchimura, que com mais de 15 pontos em cinco dos seis aparelhos, alcançou a liderança no individual geral (90,925 pontos), desbancando o russo Maxim Devyatovski (89,350).

Já o norte-americano Jonathan Horton, principal nome de seu país no Mundial, decepcionou. Único capaz de tirar Uchimura do topo, o ginasta dos Estados Unidos fez uma apresentação muito ruim no cavalo com alças, com direito a uma queda, e teve de se contentar com a quinta colocação geral. Sua participação na final do individual geral, porém, está praticamente garantida, já que 24 ginastas avançam para esta decisão.

Diego Hypolito descarta favoritismo no Mundial

O primeiro grande passo para dar a volta por cima. Esse é o papel que Diego Hypolito espera desempenhar no 41º Campeonato Mundial de ginástica artística, que começa nesta terça-feira, em Londres. Em busca do tricampeonato do torneio no solo, o brasileiro ainda se recupera de uma cirurgia no ombro e também da decepção nas Olimpíadas de Pequim.

Por isso, Diego não se considera o principal candidato ao pódio e, no mesmo palco dos Jogos de 2012, entrará no tablado com uma responsabilidade menor.

- Me sinto menos pressionado. Não sou favorito agora, favorito é o chinês (Zou Kai, ouro em Pequim-08). Esse é um ano de reestruturação para mim - afirmou.

Em entrevista exclusiva ao Lance!, Diego demonstrou que ainda não tirou da cabeça o erro que lhe tirou a medalha na China. Mas o sonho do ouro olímpico permanece vivo, e ele transparece a gana de vencer em Londres-2012 e até no Rio de Janeiro-2016. Para isso, ressalta a importância desse Mundial.

- É a primeira vez que eu vejo todos os atletas bons no solo juntos na mesma competição. Esse Mundial vai ser muito concorrido, vai ser mais difícil do que as Olimpíadas. Meu objetivo é pegar final, e depois brigar de igual para igual com todos - disse o atleta de 23 anos, que demonstra confiança em um bom desempenho na capital britânica e até revela um detalhe que pode ter feito a diferença no ano passado.

- Pouca gente reparou, mas meu treino de pódio em Pequim foi horrível. Já aqui em Londres foi maravilhoso. Isso pra mim conta muito para o dia da prova, porque no treino eu simulo como se estivesse valendo pontos - afirma.

O bicampeão mundial (Melbourne-2005 e Stuttgart-2007) explica que está realizando uma série adaptada devido à artroscopia sofrida no ombro esquerdo, realizada há dois meses e meio. Nesta terça, ele deve realizar o salto Hypolito 2 (grupado), que acabou ser incluído no código de pontuação pela Federação Internacional de Ginástica. Caso alcance à final, a ideia é colocar em prática o Hypolito 1 (carpado), de maior dificuldade.

- Estou com uma série simples, no mesmo nível de outros atletas e abaixo do chinês. Vou usar elementos estéticos que faço bem. Ainda tenho limitação em alguns movimentos. Minha nota de partida vai ser 16.50, contra 16.80 do Zou Kai) - explicou.

De acordo com a programação, Diego deve entrar em ação na O2 Arena às 18h50 (horário de Brasília), quando buscará uma vaga na final de domingo. Além do chinês Zou Kai, o romeno Dragulescu, o japonês Uchimura, o americano Legendre e o israelense Shatilov são os principais rivais do brasileiro. Nos outros aparelhos, Mosiah Rodrigues, Victor Rosa, Sérgio Sasaki, Arthur Zanetti e Caio Costa também competem. Nesta quarta é a vez de as mulheres disputarem as classificatórias. Leia mais sobre esse assunto em

<http://oglobo.globo.com/esportes/diego-hypolito-descarta-favoritismo-no-mundial->

[3157960#ixzz1djBBH83z](#)



Daiane tenta, mas não leva

Murilo Garavello
Enviado especial do UOL
Em Atenas (Grécia)

Acabou com dois pousos desequilibrados o sonho do pódio de Daiane dos Santos nos Jogos de Atenas. O "Brasileirinho", música que embalou sua apresentação na final do solo olímpico, desandou, e a ginasta gaúcha saiu bufando da área de competição.

Catalina Ponor	ROM	9,750
Nicoleta Sofronie	ROM	9,562
Patricia Moreno	ESP	9,487
Fei Cheng	CHN	9,412
Daiane dos Santos	BRA	9,375
Kate Richardson	CAN	9,312
Mohini Bhardwaj	EUA	9,312
Alina Kozich	ROM	8,500

Antes de saber sua pontuação, virou para seu técnico, o ucraniano Oleg Ostapenko, e disse: "Acabou". Visivelmente chateada, balançou a cabeça, deu de ombros. A Oleg sobrou consolar sua pupila.

O ouro e a prata foram para a Romênia, com Catalina Ponor e Nicoleta Sofronie, respectivamente. Sofronie, inclusive, era reserva e só entrou na disputa por uma contusão. O bronze ficou com Patrícia Moreno, da Espanha, outra potência emergente da ginástica.

A pontuação da brasileira, de 9,375, foi muito baixa e não a classificaria para a final da prova. A nota que Daiane obteve hoje foi menor do que a da fase de classificação (9,637) em Atenas e inferior às cinco apresentações que a levaram ao primeiro lugar do ranking da ginástica (Mundial e etapas da Copa do Mundo). Nesta segunda, a brasileira perdeu 0,1 ponto por, após um dos desequilíbrios, ter pisado fora da área de salto. E ficou com o quinto lugar.

Foi-se o sonho de ser a primeira negra a ganhar um ouro na ginástica em Olimpíadas. E de ganhar o primeiro pódio olímpico na modalidade para o Brasil. "Tive uma falha grande. É uma coisa que acontece. E aconteceu, não adianta ficar chorando", disse após a prova.

Apontada como favoritíssima como o velejador Robert Scheidt, que levou

o ouro neste domingo, ela sofreu com a pressão. Ao contrário do iatista, que ganhou na regularidade, Daiane perdeu o pódio pela exigência de fazer uma apresentação impecável, sem chance de repetição.

"Estava nervosa. Foi mais por mim mesma, não pela pressão dos outros. Tem de ter um controle emocional grande", admitiu a ginasta.

A torcida no ginásio ateniense chegou a vaiar três pontuações, da chinesa Fei Cheng, da norte-americana Mohini Bhardwaj e a canadense Kate Richardson. Mas não após a pontuação de Daiane, que concordou com sua nota. "Você percebe quando erra. Eu me daria a mesma pontuação", disse.

De qualquer forma, com a quinta posição, Daiane teve a melhor posição do Brasil na ginástica -em Sydney-2000, o país festejou o inédito 20º lugar de Daniele Hypólito no individual geral. A gaúcha é a primeira brasileira a fazer uma final de aparelho em Olimpíadas.

Daiane também entrou para a história como a primeira ginasta brasileira medalha de ouro em um Mundial, há um ano. Além disso teve quatro ouros em etapas da Copa do Mundo neste ano. Daí o favoritismo unânime dedicado a ela pelo mundo da ginástica. E o sentimento de frustração com que a brasileira saiu de cena em Atenas.

Depois de ganhar medalhas no Pan-Americano de 1999 e receber os primeiros holofotes, não se classificou para Sydney-2000. Passou quatro anos praticamente incógnita, no ostracismo que os brasileiros dedicam aos olímpicos na entressafra. Em janeiro de 2003, aos 19 anos e sem muito alarde, deixou a família em Porto Alegre e passou a morar em Curitiba, em uma casa coletiva para as ginastas. Aprendeu a conviver 24 horas diárias com pessoas de personalidades díspares.

Carismática e dedicada aos treinos -é chamada de "robozinho" por Georgette Vidor, ex-técnica de Daniele Hypólito-, aos poucos conquistou o técnico ucraniano Oleg Ostapenko, que hoje a trata como a uma filha. E foi justamente o "casamento" do potencial físico de Daiane e do conhecimento técnico de Oleg que forjaram o "Michael Jordan da ginástica", nas palavras do técnico da seleção romena bicampeã olímpica Octavian Belu.

Daiane ainda escreveu seu nome na história da ginástica ao executar com perfeição dois saltos de altíssima dificuldade, nunca realizados no feminino. O duplo twist carpado já se chama "Dos Santos". O duplo twist esticado, ainda mais difícil, aguarda o referendo da Federação Internacional para receber denominação similar.

Nesta segunda, porém, eles não funcionaram. Com as falhas, a fama de "Michael Jordan" seguirá restrita ao mundo da ginástica -Daiane foi uma das menos aplaudidas pelo ginásio olímpico. Os brasileiros ainda tentaram consolá-la: na saída, ouviu gritos: "Valeu, Daiane". Ela olhou, agradeceu acenando, mas não escondeu o sorriso, amarelo e envergonhado. Muito diferentes daqueles com que encantou o Brasil e abriu os olhos nacionais para a ginástica.

O duplo twist carpado, ou "Dos Santos", é uma invenção do técnico

ucraniano Oleg Ostapenko. Para realizá-lo, a ginasta deve, de costas, dar dois saltos mortais com as pernas esticadas, mas juntas ao corpo. No duplo twist esticado, outra invenção de Ostapenko, ela executa os mortais com todo o corpo ereto. Em 2003, Daiane executou o salto no Mundial de Anaheim e foi campeã no solo, colocando o seu nome no livro de regras da Federação Internacional de Ginástica.

Centro de Excelência em Ginástica é inaugurado e atenderá 600 crianças

Os atletas serão treinados por professores da Federação Sergipana de Ginástica e terão à disposição toda a aparelhagem de desenvolvimento de atividades da ginástica

O Centro de Excelência de Ginástica Luiz Roberto Dantas de Santana foi inaugurado em Carmópolis, nesta segunda-feira, 18. A unidade de treinamento desportiva é a consolidação da parceria entre Prefeitura de Carmópolis, Caixa Econômica Federal, Governo de Sergipe, Petrobras, Federação Sergipana de Ginástica e Confederação Brasileira de Ginástica, com o objetivo de formar atletas de alto rendimento na ginástica com formação de base.

O Centro de Excelência de Ginástica fomentará o crescimento do esporte em Sergipe, e a parceria com a Federação Sergipana e Confederação Brasileira de Ginástica tem o intuito de produzir atletas de alto nível, para representar o estado em competições nacionais e internacionais.

Para a presidente da Confederação Brasileira de Ginástica, Luciene Rezende, o Centro de Excelência é mais um sonho realizado para o esporte. O foco da confederação é promover a prática do esporte em todos os lugares, valorizando a importância do primeiro Centro de Excelência de Ginástica do Nordeste. “Temos os projetos para levar os fundamentos do esporte para as crianças. Com este Centro de Excelência, teremos a descoberta de muitos novos talentos da Ginástica. Acredito que neste local, muitos nomes brilharão no esporte em nível de Sergipe e Brasil. Fortalecendo ainda mais a ginástica brasileira, tão respeitada no mundo, devido à sua alta qualidade. Daqui desse centro, sairão muitos grandes atletas para o mundo”, disse Luciene Rezende.

Todos destacaram que o Centro de Excelência é um local de criação de oportunidades e que o treinamento aplicado da Ginástica no Centro de Excelência será um promotor de melhoria na qualidade de vida das crianças de Carmópolis. Com o esporte, as crianças desenvolvem hábitos mais saudáveis e as famílias terão como poder cuidar melhor dos seus filhos, devido à disciplina que é um dos fundamentos básicos do esporte.