

ESPORTE E MEIOS DE COMUNICAÇÃO: UMA REFLEXÃO CRÍTICA

SPORT AND MIDIA: A CRITICAL REFLEXION

\* Janice Zarpellon MAZO

\* Silvana Vilode GOELLNER

**RESUMO:** ESTE ARTIGO FAZ UMA ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E O ESPORTE, BUSCANDO DESVELAR AS FORMAS DE VEICULAÇÃO DAS INFORMAÇÕES ESPORTIVAS, A INTENCIONALIDADE DE TAL PROCESSO DE INFORMAÇÃO E A CONCEPÇÃO DE ESPORTE SUBJACENTE A ESSA POLÍTICA CULTURAL. NESSE ÂMBITO FOI RESGATADA A CONTRIBUIÇÃO DE ALTHUSSER AO DESENVOLVER A TEORIA DOS APARELHOS DE REPRODUÇÃO DO ESTADO. ESTE AUTOR DISTINGUE OS APARELHOS REPRESSIVOS DO ESTADO (ARE) E OS APARELHOS IDEOLÓGICOS DO ESTADO (AIE), QUE NOS INTERESSAM DIRETAMENTE POR ABRANGEREM OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E O ESPORTE (AIE CULTURAL). SENDO ASSIM, VAMOS ABORDAR A QUESTÃO DO ESPORTE NA SUA MANIFESTAÇÃO, ENQUANTO FENÔMENO CULTURAL. FOI UTILIZADO COMO REFERENCIAL O ESQUEMA DUAL PROPOSTO POR BRACHT (1989) ACERCA DA MULTIFACITUDE DO FENÔMENO ESPORTIVO: O ESPORTE DE RENDIMENTO OU ESPETÁCULO E O ESPORTE ENQUANTO ATIVIDADE DE LAZER. ESTA REFLEXÃO SE DETÉM NO PRIMEIRO TÓPICO, POR SER ESTE EVIDENCIADO PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. ESTE ESTUDO FOI FINALIZADO APONTANDO ALGUNS CAMINHOS, PARA NÃO SE FICAR SOMENTE NA POSTURA DE DENÚNCIA, VISUALIZANDO TENTATIVAS DE SUPERAÇÃO DO JÁ ESTABELECIDO.

**ABSTRACT:** THIS ARTICLE IS AN ANALYSIS OF THE RELATION BETWEEN THE MIDIA AND SPORT, LOOKING FOR KEEPING AWAKE THE WAYS OF TRANSMISSION OF THE SPORTING INFORMATIONS, THE INTENTIONS OF SUCH INFORMATION PROCESS AND THE CONCEPTION OF SPORT UNDERLYING THIS CULTURAL POLICIES.

---

\* Alunas do curso de especialização em Pesquisa Curricular- UFSM  
Mestrando em Ciência do movimento Humano - UFSM

IN THIS AMBIT IT WAS RECUPERATED THE ALTHUSSER CONTRIBUTION WHEN HE DEVELOPED THE REPRODUCTION APPARATUS OF STATE THEORY. THIS AUTHOR DISTINGUISHED REPRESSIVE APPARATUS OF STATE (RAS) AND THE IDEOLOGICAL APPARATUS OF STATE (IAS), THAT INTERESTS DIRECTLY TO THIS ARTICLE BY COMPREHENDING THE MEDIA AND SPORT (CULTURAL IAS). THIS WAY, IT IS GOING TO BE POINTED OUT OF SPORT'S QUESTIONS IN ITS MANIFESTATION, AS A CULTURAL PHENOMENON. IT WAS UTILIZED AS REFERENCE THE DUAL SCHEME PROPOSED BY BRACHT (1989) ABOUT THE MULTIDIMENSIONELITY OF THE SPORTING PHENOMENON: ATHLETICS OR SHOW SPORT AND THE SPORT AS A LEISURE ACTIVITY. THIS REFLEXION DETAINS ITSELF IN ITS FIRST TOPIC, BY BEING THIS EVIDENCED BY THE SOCIAL MEDIA. THIS STUDY WAS FINALIZED POINTING OUT SOME WAYS, TO NOT ONLY STAY AT THE DENUNCIATION'S POSTURE, VISUALIZING SURMOUNTED ATTEMPTS OF WHAT IS ALREADY ESTABLISHED, TOO.

## 1. INTRODUÇÃO

Analisar a relação entre os meios de comunicação e o esporte pressupõe algumas discussões anteriores que não abordaremos nesse momento, embora se constituam como referencial básico para a compreensão da nossa temática, as quais são: a estrutura da sociedade capitalista, seu modo de produção e a relação da ideologia com reprodução dessa estrutura social, considerando ainda a sua íntima relação com a cultura.

Já escreviam Marx e Engels em "A Ideologia Alemã" que a classe que detém o poder material, dispõe de meios para a produção intelectual, submetendo assim, os indivíduos as suas idéias, ou seja, detém também o poder intelectual. Com isso, nos é clara a intensão da classe dominante de massificar as idéias, os valores e a cultura, utilizando-se de inúmeros instrumentos para afastar a possibilidade do conhecimento do real.

É interessante nesse âmbito, resgatar a contribuição de Althusser ao desenvolver a teoria dos aparelhos de reprodução do Estado. Esse autor distingue os aparelhos repressivos do Estado (ARE) que pertencem ao domínio público e agem pela coerção, violência e uso da força (tribunais, exército, polícia, prisões, etc.), e os aparelhos ideológicos do estado (AIE) que atuam como preservadores da hegemonia burguesa. Segundo ALTHUSSER (1987) "caracterizam-se como um certo número de realidades que apresentam-se ao observador imediato sob a forma de instituições distintas e especializadas" (p. 68). Como AIE identifica a escola, a igreja, a família, as leis, os sindicatos, os partidos, os meios de comunicação, e ainda o AIE cultural que envolve as letras, belas artes e o desporto. Nos AIE a ação não se dá pela violência ou coerção, mas sim, pelo consenso através da ação da ideologia.

ALTHUSSER (1987) acrescenta ainda que "os AIE representam a forma na qual a ideologia da classe dominante deve necessariamente realizar-se e a forma com a qual a ideologia da classe dominante deve necessariamente medir-se, afrontar-se" (p.69).

Podemos abordar a questão do esporte como AIE sob dois aspectos: na escola como um dos conteúdos da disciplina Educação Física e na sua manifestação enquanto fenômeno cultural. Esse último enfoque é privilegiado nesse estudo, que se detém especificamente na sua relação com os meios de comunicação social (AIE).

Nesse sentido, o trabalho tem como objetivo estabelecer relações entre os meios de comunicação social e o esporte, tentando desvelar as formas de veiculação das informações esportivas, a intencionalidade de tal processo de informação e a concep-

ção de esporte subjacente a essa política cultural.

Utilizamos como referencial o esquema dual proposto por BRACHT (1989) acerca da multifacitude do fenômeno esportivo: o esporte de rendimento ou espetáculo e o esporte enquanto atividade de lazer. Nossa reflexão recai sob o primeiro aspecto (esporte de rendimento) por ser este massivamente veiculado pelos meios de comunicação social.

## 2. UM POUCO DE HISTÓRIA

Desde os seus primórdios históricos, os meios de comunicação estiveram marcados por uma natureza elitista, a serviço da classe detentora do poder.

A imprensa surge no século XV e se transforma no instrumento das elites intelectuais. Suas características justificam-na como um meio de dominação, pois esta se utiliza de um código lingüístico que requer do leitor um nível razoável de alfabetização. Além deste obstáculo, outro de natureza ideológica impede que as informações verídicas cheguem ao povo, pois ao mantê-lo desinformado não se possibilita uma "fermentação revolucionária", e se assegura o "status quo".

Com a Revolução Industrial e o desenvolvimento da tecnologia, a imprensa perde o seu caráter artesanal e adota as normas da industrialização, gerando uma produção em massa, com o custo barateado, tornando-se produto de consumo popular. Neste novo período, a imprensa continua cumprindo sua função na adaptação do indivíduo à ordem social vigente.

Na opinião de Marshall McLuhan apud MELO, (1971), o surgimento da imprensa no mundo ocidental foi um elemento decisivo para a eclosão da própria Revolução Industrial. Foi a primeira mecanização de um artesanato complexo, tornando-se o arquiteto de todas as mecanizações subsequentes. "Socialmente, a extensão tipográfica do homem trouxe o nacionalismo, o industrialismo, o mercador de massa, a alfabetização e a educação universal" (p.34). Nesse contexto, a imprensa se converte num autêntico meio de comunicação de massa.

Surge então, o cinema, o rádio e a televisão que também se incorporam aos meios de comunicação de massa, e que pela característica da oralidade, facilita o acesso às informações.

Segundo MELO (1970) "o rádio é dentre os canais de comunicação coletiva (...) o que oferece mensagens com menor dispndio para o receptor. Enquanto a imprensa e o

cinema exigem o pagamento de um preço pelo acesso as mensagens que veiculam (preço de um exemplar do jornal e da revista, preço do ingresso numa sala de exibição cinematográfica), o rádio e a televisão exigem apenas o investimento inicial com a aquisição do aparelho receptor passando a oferecer gratuitamente as mensagens" (p.42).

A televisão surge no início da década de 50, frente ao avanço tecnológico e as conquistas da ciência, e se constituirá no mais importante veículo de comunicação social, devido ao seu amplo alcance e a capacidade de penetração na vida das pessoas, especialmente pela velocidade com que as informações chegam a elas.

É importante ressaltar que a televisão, fruto do processo de industrialização, já nasce comprometida com a manutenção do status quo ao vender somente imagens positivas do sistema capitalista e ao legitimá-lo através de condicionamentos sociais, voltados para o consumo, que por sua vez garantirá a lógica do capital.

Entendemos ainda que o custo financeiro do rádio e da televisão pode ser relativamente baixo, porém a desqualificação e a massificação cultural das pessoas é muito alta; pois, os meios de comunicação ao se inserirem na cotidianidade do nosso povo desencadeiam um processo de descaracterização da cultura nacional frente a uma identificação quase hegemônica com a cultura e os valores dos países imperialistas. Em FREITAS (1988) encontramos que "a manipulação psicológica e a invasão cultural por meio da criação de uma "cultura de massas" é o mecanismo ideológico mais utilizado, na atualidade, pelo "sistema do lucro" que busca acerrimamente evitar sucumbir pelo exarcebamento de suas contradições, o ônus de seu próprio existir" (p.55).

Percebemos que atualmente é muito difícil detectar a sutileza com que se dá a manipulação psicológica das pessoas no seu "modus vivendi" devido a instrumentalização e o refinamento das estratégias ideológicas que permeiam a política cultural e se refletem através dos meios de comunicação; embora saibamos que existem e que cumprem seu papel com competência.

### 3 - A RELAÇÃO ESPORTE E MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Como aparelho ideológico cultural, o esporte, vem cumprindo sua função desde a muito tempo, colaborando significativamente na manutenção do estado de coisas vigente. Assim, ao existir enquanto fenômeno cultural, desempenha o papel de coadjuvante nos processos de alienação e desvirtuamento social, em detrimento de perspectivas desveladoras e questionadoras da realidade.

Conforme PEREIRA (1988) "o endeusamento de atletas, a discussão acalorada sobre esportes, que pode variar desde o nível dos jogos, e do desempenho atlético até a renda de competições, a ocupação de grandes espaços nos meios de comunicação e nas mentes populares pela cultura física em detrimento do conhecimento da realidade e da política partidária são formas de implementação ideológica", (19880 p. 84).

Assim, ao acontecer nos estádios, ruas, ginásios, escolas, várzeas, hospitais, academias, clubes, vilas, indústrias, o esporte carrega inerente uma conotação ideológica, especialmente quando se liga ao consumismo, ao culto ao corpo, ao individualismo exacerbado, a ilusão da ascensão social, a reprodução de hierarquias, a submissão a regras estabelecidas a priori.

As relações do esporte com os meios de comunicação, segundo SILVA (1985), reside no fato de o esporte conter apelos irresistíveis e abrangentes. Ele mexe com o gosto pela competição, com a necessidade de afirmação, com o cuidado com o corpo, com o desejo de permanecer jovem, a emoção de superar recordes, a imaginação, o desejo, a paixão e o nacionalismo (patriotismo).

BRACHT (1989) ao analisar as razões pelas quais o esporte parece ser tão facilmente instrumentalizável politicamente, afirma:

"O esporte é uma atividade com um conjunto de regras de fácil compreensão, ao contrário por exemplo, das regras do jogo político que são complexas e não muito transparentes. O resultado de uma competição é anunciado imediatamente após o seu encerramento e não deixa dúvidas. Sendo uma atividade de fácil compreensão, além

de, em função das suas características de imprevisibilidade do resultado, que lhe fornece um elemento de tensão emocional, adequa-se bem às características da comunicação de massa e à indústria do entretenimento" (p.36).

Nessa perspectiva, a propaganda veiculada pelos meios de comunicação reafirma o discurso oficial da ideologia dominante, pois através das mensagens esportivas apresentadas em campanhas de cigarros, roupas, remédios, alimentos, etc., vende os produtos com idéias de liberdade, autonomia, sucesso, impõe protótipos, formas de comportamento, modismos, forjando um consumismo desnecessário que passa a ser considerado essencial na vida das pessoas.

Para Magnane apud FREITAS (1985), a coisificação do esporte pela sociedade capitalista encontra sua fundamentação por este se tratar basicamente de competição, oferecendo às pessoas um meio lícito de reagir à fascinação da violência que está presente na cotidianidade das pessoas. Acrescenta ainda, que em toda a competição resquícios de violência estão presentes em altas doses, pela ênfase dada aos vencedores e vencidos. Essa ênfase apresentada pelos meios de comunicação pode ocasionar consequências sérias quando o estímulo à competição é excessivo e quando serve para justificar como natural a existência de vencidos e vencedores numa sociedade marcada pela divisão de classes.

Torna-se então claro o porquê da apropriação do esporte pelos meios de comunicação quando se reflete acerca dos seus componentes intrínsecos e extrínsecos. A embalagem com que este é revestido nas sociedades capitalistas utiliza de forma quase perfeita aqueles elementos que se identificam com a lógica do capital.

Na compreensão acerca da função do esporte não desconsideramos o papel ideológico que este apresenta nas sociedades ditas socialistas, onde a grosso modo constata-se uma transferência do enfoque centralizador, que do incentivo ao lucro desloca-se para o fetichismo socialista. Embora consideremos importante a discussão dessa problemática, o objetivo do nosso trabalho não recai na análise do esporte frente a essa bipolarização acerca dos dois principais modelos de sociedade, mas sim buscamos refleti-lo dentro do modelo social no qual vivemos.

Outra resposta apresentada por FREITAS (1985) à questão da escolha do esporte como fonte de lucro e instrumento de mani-

pulação é sua utilização para escamotear a verdadeira realidade, oferecendo-o como uma realidade não tão ampla, mas total e aberta. Complementando com BRACHT (1989) podemos citar que "o esporte cria um mundo dentro do mundo - ou seja, por momentos torna sem efeito o princípio da realidade, permitindo, principalmente, ao espectador uma compensação para o mundo do trabalho" (p.36).

Aquí cabe resgatar o papel da imprensa especializada na formação de heróis onde se liga a todo um jogo de interesses que atua conjuntamente a serviço do poder. O poder precisa de ídolos para sobreviver e perpetuar-se. Assim, o processo de fabricação de ídolos é constante, pois através de um modelo bem sucedido, as pessoas criam a esperança de também poder chegar lá, o que segundo alguns sociólogos provoca um efeito sedativo.

Através de uma cobertura permanente, supervalorizando detalhes corriqueiros do mundo esportivo, os meios de comunicação criam uma imagem toda especial para os grandes atletas do espetáculo, colocando-os numa posição de semi-deuses que extrapola sua condição de humanidade (futebol principalmente). Estes porém, não permanecem muito tempo nesta posição pois, muitas vezes o que os mantém no estrelato é a imagem que se criou em torno deles e não o que realmente são.

O rádio e o jornal trabalham o ídolo de forma diferente. O rádio "pinta" a imagem, delinea e constrói e o jornal consolida e perpetua. A televisão procura passar para o telespectador somente imagens positivas do esporte e seus atletas; poucas são as notícias de marginalidade, doping, tóxicos, homossexualismo, violência. Esta se utiliza de todos os recursos possíveis para aumentar a audiência e o poder de persuasão. A imagem dos mais variados ângulos, a trilha sonora, a voz do locutor e outros artifícios que conduzem o telespectador de forma inconsciente seus objetivos reduzindo ainda o poder de discernimento deste.

Com respeito aos atletas, podemos ainda analisar conforme BRACHT (1989) que:

"através da medida dos rendimentos dos "corpos" dos atletas, podem as nações medir seus rendimentos de forma inequívoca, o que fornece uma dimensão política ao mecanismo da identificação (...). Isto favorece um tipo de apropriação do atleta, elegendo-o como representante do sistema (todo o ritual olímpico favorece esse processo - hinos, bandeiras, etc.). Sucessos esportivos fornecem prestígio nacional. Tais sucessos testemunham que o sistema está em condi-

ções de resolver seus problemas tecnicamente de forma eficiente. Como critério de legitimidade do sistema aparece então, a efetividade quantificada nos corpos dos atletas. O atleta é elevado a figura de representação nacional. O nacionalismo por sua vez, torna-se subripticamente a base de legitimação do esporte de alto rendimento (p.36-7).

Ainda assim, através dos atletas (ídeos), o jornalismo esportivo passa todo um conjunto de valores padronizados, os quais tem por finalidade "narcotizar" o povo, desviá-lo do seu mundo real.

Podemos citar como exemplo desses mecanismos todos, a transmissão radiofônica e televisiva de uma partida de futebol, onde o espectador que está no estádio, assistindo pela televisão ou ouvindo pelo rádio, não se "atreve" a raciocinar, interpretar o lance que viu ou ouviu, aguardando a palavra do narrador como se numa fração de segundo desse um branco na sua mente; e ao mesmo tempo tem a sensação de estar participando ativamente daquele instante, resgatando por momentos a individualidade sufocada pela realidade. Aqui não se pensa nas relações de produção da sociedade, nas diferenças sociais, no trabalho, na condição humana dos atletas, na situação de vida, mas apenas se navega na panacéia mística montada para nos iludir.

Outra crítica que se pode fazer às transmissões esportivas está relacionada ao papel desempenhado pelos repórteres esportivos quando estes atuam em cima do óbvio. Ou seja, uma pauta repetitiva, sem criatividade, com flashes rotineiros e as perguntas são sempre as mesmas para as mesmas respostas. Os comentaristas baseiam suas falas em "achismos" e obviedades das observações, quando não fazem comentários através de monitores.

O público absorve todas as informações transmitidas pelos comentaristas, que são vistos como "astrólogos" que sabem de tudo o que acontece e o que vai acontecer.

Outra tese a ser considerada, faz uma comparação entre o esporte e a indústria, onde SAMPAIO (1985) afirma que este é filho da Revolução Industrial pois, a tecnologia das indústrias passou também ao esporte. Os atletas passaram por uma evolução corporal através do progresso técnico, exatamente como uma máquina. Basta nos reportarmos ao esporte de alto rendimento, onde fica claro perceber a unidirecionalidade para a produção máxima, o que acaba por desumanizar o atleta. Este é sujeito à exaustivas

sessões de treinamento, onde elementos como estruturação da personalidade, sociabilização, consciência política, valores ético-morais são relegados a um segundo plano em favor de características como: competição, hierarquia social, recompensas extrínsecas e regras. Complementando com FEIO (1978):

"uma vez feita a denúncia dos aspectos negativos do desporto-espetáculo descendo ao subterrâneo dos interesses lucrativos inconfessáveis ou das manobras publicitárias forjadoras de ídolos de pés de barro, ou de situações humanas alienatórias - a facilidade em ganhar dinheiro na base de uma rápida promoção social não alcançada na educação e no trabalho -, ou dos abusos de dirigentes e técnicos sem escrúpulos que se servem do homem como coisa para logo o abandonarem a uma pobre sorte quando essa máquina deixou de dar rendimento" (p.99-100).

Nesse sentido acreditamos ser necessário uma reflexão antropológica que possibilite redescobrir o humano das pessoas, não uma humanização pura voltada para o homem abstrato, mas sim, enquanto um sujeito configurante de uma coletividade pertencente a um momento histórico. Sem contudo, esquecer que a humanização dos homens, que se traduz como libertação permanente, não se dá na sua consciência, mas na construção da sua própria história (GADOTTI, 1985). Com isso, não podemos recair num determinismo antropocêntrico; necessitamos, ainda, buscar na Sociologia do Esporte referências teóricas que sustentem uma reflexão comprometida com o desvelar das relações interdependentes entre o esporte e os meios de comunicação, ultrapassando os reducionismos ideológicos na busca da humanização do espetáculo desportivo.

#### 4. CONCLUSÃO

O esporte enquanto fenômeno cultural e como conteúdo universal que caracteriza a Educação Física, apresenta-se não apenas como uma prática alienada e alienante, nem apenas como fator de emancipação do homem pois, ele não é educativo a priori é preciso torná-lo educativo. O que está na dependência direta da apropriação que dele se faz.

Na elaboração desse ensaio privilegiou-se a questão do esporte enquanto fenômeno social instrumentalizável pelos meios de

comunicação com fins ideológicos, a serviço da manutenção do poder. Entendemos, porém, que se faz premente resgatar o esporte na sua essência, identificando seus determinantes ideológicos para superar essa perspectiva e avançar rumo a uma compreensão do esporte enquanto manifestação bio-psico-social de homens e mulheres concretamente situados.

No nosso entendimento o primeiro passo a ser dado diz respeito a um repensar as formas como o esporte tem sido trabalhado na nossa sociedade, e como tem sido veiculado pelos meios de comunicação, na tentativa de encontrar a sua função social, que extrapole o esporte classista.

Assim, percebemos a urgência de se reestruturar a indústria e a política cultural brasileira pois, o esporte ao inserir-se como um dos elementos da cultura pode contribuir efetivamente para o processo de elaboração de um novo projeto social, ao constituir-se um bloco de resistência. Para tanto se faz necessário encontrar estratégias com o intuito de minar a hegemonia cultural imposta pelo capitalismo, que apresenta o esporte como o elemento hegemônico da cultura corporal do movimento, apenas numa ótica a-histórica, alheia da concretude do real. Pois, julgamos impossível compreender as relações entre o esporte e os meios de comunicação sem um conhecimento do processo histórico que o fundamenta.

Uma das dificuldades encontradas pelo esporte na formação da contra-hegemonia acontece pela intervenção do Estado e da iniciativa privada que possuem uma política administrativa em prol do primado do lucro. Essas duas instâncias da sociedade, certamente, não têm interesse que a prática desportiva seja democratizada (a nível de decisão e participação), bem como, contribua para a formação do cidadão enquanto agente de transformação social.

Trabalhar na construção da contra-hegemonia constitui-se ato político. Assim como SAVIANI (1986), entendemos que todo o ato político contém uma dimensão pedagógica, como também, todo o ato pedagógico contém uma dimensão política. Frente a esta constatação, percebemos que o esporte se manifesta também como instrumento de dominação pedagógica. Por esse motivo, urge encontrar alternativas a partir do pedagógico do esporte, objetivando uma educação para o esporte e através do esporte, ou seja, uma educação esportiva da população.

O processo educativo não se restringe somente a educação formal institucionalizada, extrapolando para várias instâncias da sociedade civil, inclusive os meios de comunicação social.

Então, os meios de comunicação podem vislumbrar o esporte em outra dimensão, porém não podemos ser ingênuos de crer que tal se efetivará pois, estes cumprem com competência o papel que lhes foi destinado na legitimação da sociedade dominada pelo capital. Complementando com Lima apud FEIO (1978).

“ a pressão constante exercida pelos órgãos da informação que, se por um lado tem contribuído para a propaganda, publicidade e divulgação do desporto, tem igualmente provocado uma alienação crescente do próprio desporto, bem como, dificultado a ação educativa que desde sempre se desejou exercer através do desporto-prática” (p.104).

Acima de tudo se faz fundamental conhecer com profundidade os mecanismos inerentes a ação dos meios de comunicação no cumprimento da sua função para não ficarmos somente na postura de denúncia, caminhando para tentativas de superação do já estabelecido.

Talvez um dos caminhos resida na possibilidade de se valorizar o diálogo de todas as pessoas envolvidas com o esporte, uma vez que o dialogar constitui-se como uma forma de comunicação interpessoal, envolvendo uma conversa direta, onde opiniões e controvérsias têm espaço e podem emergir. Uma vez que sabemos que o trabalho do educador realiza-se essencialmente por intermédio do diálogo, não existindo ato pedagógico sem este. O mesmo acontece com a política.

Embora o caminho da interação comunicativa seja mais longo, entendemos ser mais coerente quando se tem uma clareza ideológica do que se quer anunciar pois, esse processo de comunicação privilegia todos os integrantes como sujeitos de suas ações, o que não acontece nos meios de comunicação que são transmissores unilaterais, onde não existe reciprocidade entre quem comunica e quem recebe a mensagem; o receptor caracteriza-se como um objeto.

Temos a compreensão de que o Estado é o responsável numa primeira instância pela democratização da prática desportiva e deve ser o provedor da interação comunicativa entre os vários segmentos da sociedade na busca de promoção humana.

Ao se fazer tais reflexões, gostaríamos de esclarecer que contemplamos uma visão dinâmica da sociedade. Nesse sentido rejeitamos a noção de passividade e de idiotização das pessoas frente a ação dos meios de comunicação. Pois, difusores da cultu-

ra, embora utilizem formas sutis na transmissão de informações, não fogem da sociedade como um todo, que se apresenta de forma complexa, multifacetada e em constantes e rápidas transformações; o que possibilita o emergir de espaços com interpretações diferenciadas que podem contribuir para uma formação contra-hegemônica.

Outro vetor de ação que podemos vislumbrar diz respeito a construção do hábito da leitura crítica do "conteúdo" veiculado pelos meios de comunicação social. O que pode se concretizar através da educação formal (escola) e não formal (família, sindicatos, igrejas, partidos políticos, movimentos populares, o esporte e os próprios meios de comunicação).

Finalizando citamos GUTIERREZ (1988) que afirma que a comunicação dialógica envolve um

"desafio com duplo sentido: por um lado, fazer da educação um processo de comunicação dialógica, por outro, educar os receptores para que se convertam de consumidores passivos em receptores críticos dos meios de massa" (p.76).

##### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ALTHUSSER, Louis, **Aparelhos ideológicos do estado**. Rio de Janeiro, Edição Graal, 1987.
  2. BRACHT, Valter. **Esporte e poder**. Brasília, 1989, mimeo.
  3. DIEGUEZ, Gilda K. et alii. **Esporte e poder**. Rio de Janeiro, Vozes, 1985.
  4. FEIO, Noronha. **Desporto e política: ensinos para sua compreensão**. Lisboa, Compendium, 1978.
  5. FREITAS, F. M. C. e CARDOSO FILHO, J. I. **Educação física: decapitação cultural e hegemonia imperialista**. Rio Janeiro, Revista Brasileira de Ciência do Esporte, 9 (2), 55-56, 1988.
  6. GADOTTI, Moacir. **Concepção dialética da educação**. São Paulo, Cortez, 1987.
  7. GUTIERREZ, Francisco. **Educação como práxis política**. São Paulo, Summus, 1988.
  8. MELO, Jose M. **Comunicação, opinião, desenvolvimento**. Rio de Janeiro, Vozes, 1971.
-

- 
9. ----- . **Comunicação social: teoria e pesquisa.** Rio de Janeiro, Vozes, 1970.
10. PEREIRA, Flávio. **Dialética da cultura física.** São Paulo, Ícone, 1988.
11. SAVIANI, Dermeval. **Escola e democracia.** São Paulo, Cortez, 1988.

**KINESIS**

**UMA LEITURA  
INTELIGENTE!**