



As Novas Tecnologias na Mediação do Fato Esportivo: Uma Abordagem a Partir da Ecologia da Mídia ¹

Letícia Souza MANZI ²
José Carlos MARQUES ³

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

RESUMO

As inovações tecnológicas ocorridas ao longo dos anos motivaram reestruturações no comportamento de cada meio de comunicação. Sob a luz do conceito de Ecologia da Mídia, este artigo procurou relatar os mecanismos utilizados pelo meio televisivo para garantir audiência e se adequar ao surgimento de plataformas mais complexas, como a internet. A aplicação desta análise foi realizada com base em observação de transmissões e programas esportivos, que exploram cada vez mais a identificação com o público e o caráter de entretenimento. Com o embasamento de teóricos como Marshall McLuhan, Pierre Bourdieu e Dominique Wolton, além de Neil Postman, foi possível desenvolver uma análise sobre o conteúdo esportivo da mídia televisiva atualmente.

Palavras – chave: Ecologia da mídia; esporte; mediação; meio televisivo; público.

1. Introdução

Ao longo dos anos, o surgimento de inovadoras tecnologias possibilitou diferentes formas de difusão da informação. O acesso às informações fornecidas por essas plataformas de comunicação também modificou a forma dos indivíduos se relacionarem com o próprio meio e com os outros indivíduos.

Contemporaneamente, como defendido por Wolton (2003), a ideia de progresso está estritamente identificada com as novas tecnologias de comunicação, e a especificidade de som e imagem das tecnologias do século XX alcança todos os públicos e meios sociais e culturais.

¹ Trabalho apresentado à DT Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 3 a 5 de junho de 2013.

² Estudante do 5º semestre de graduação do curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação (FAAC) – UNESP/Campus de Bauru. E-mail: le_sosso@hotmail.com.

³ Professor Orientador do trabalho. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo e docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista – UNESP/Campus de Bauru. E-mail: zeca.marques@faac.unesp.br.



O advento da televisão e sua extensa abrangência tornou essa plataforma significativa nas relações interpessoais e desenvolveu um estreitamento das relações humanas. No entanto, com o surgimento e popularização do acesso à internet que detém caráter mais veloz e interativo, aquele meio está adotando estratégias discursivas para cativar o público. Não obstante, a concorrência entre emissoras televisivas também acentua a busca por mecanismos que atraiam maior audiência.

O surgimento de novas tecnologias influencia diretamente nas atuais exigências do mercado midiático, onde o meio televisivo está se adequando para manter seu público. Várias ferramentas que conferem a programação perda do caráter apenas informativo e exploração do entretenimento estão sendo utilizados nos programas e transmissões de esporte. O objetivo deste artigo é promover discussão sobre tais ferramentas, além do conceito de Ecologia da Mídia, que parte da base teórica advinda das obras de Marshall McLuhan e Abraham Moles. Para isso, realizou-se uma análise da programação e transmissões esportivas descrevendo como se dá as estratégias adotadas e a interação com o meio digital.

2. O Meio Televisivo e a Sociedade

Segundo Leal (2009), o aparelho televisivo chegou ao Brasil na década de 1950, trazido por Assis Chateaubriand, também fundador do primeiro canal de televisão do país. Mattos (2002) articula que a veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana criou na população o hábito de assistir televisão rotineiramente, prendendo a atenção do telespectador.

Este hábito social estreitou as relações humanas e tornou-se comum na vida das pessoas exercendo uma função de decodificar o mundo, segundo Wolton (2003). Este também defende a televisão como vínculo social indispensável e objeto de conversação necessário nas sociedades:

Para que serve a televisão? Para unir indivíduos e públicos que de um outro ponto de vista tudo separa e lhes oferecer a possibilidade de participar de uma atividade coletiva (...) A televisão é um formidável instrumento de comunicação entre os indivíduos. O mais importante não é o que é visto, mas o fato de se ter o que falar. A televisão é um objeto de conversação. (WOLTON, 2003, p. 72).



No entanto, a visão otimista de Dominique Wolton sobre a televisão não desconsidera as críticas negativas ao conteúdo televisivo: “Em suma, o sucesso da televisão é imenso, real, duradouro (...) mesmo que cada um entre nós, dia após dia, reclame da má qualidade dos programas, assistindo a eles apesar de tudo.” (WOLTON, 2003, p. 63).

A difusão de diversos conteúdos é defendida pelo autor, argumentando que é necessária uma oferta o mais abrangente possível, desde variedades às notícias e esportes, tendo em vista que nem todos se interessam pelo mesmo assunto ao mesmo tempo. Wolton também apresenta uma visão peculiar sobre os meios de comunicação. Destoando da maioria dos críticos, acredita que os receptores não são facilmente alienáveis, além de capazes de distinguirem conteúdos:

O público é dotado de inteligência crítica e, mesmo concedendo um sucesso imenso à televisão, ele sabe guardar distância. Assistir não significa forçosamente aderir ao que se vê. Lê-se um jornal, ouve-se o rádio, assiste-se à televisão, mas não se pensa menos. (WOLTON, 2003, p. 63).

Ainda assim, o papel da televisão como meio opressor e alienante, ainda é o mais difundido no universo teórico. Pierre Bourdieu vê a televisão como meio de opressão simbólica:

[A] televisão tem como contrapartida uma formidável censura, uma perda de autonomia ligada, entre outras coisas, ao fato de que o assunto é imposto, de que as condições da comunicação são impostas e, sobretudo, de que a limitação do tempo impõe ao discurso restrições tais que é pouco provável que alguma coisa possa ser dita. (BOURDIEU, 1997, p. 19).

Essa estrutura televisiva que impõe conteúdo exerceria uma violência sobre os telespectadores, que na visão de Bourdieu, contrapondo a ideia de Wolton, não são perspicazes o suficiente para permanecerem ilesos de manipulação.

Desejaria, então, desmontar uma série de mecanismos que fazem com que a televisão exerça uma forma particularmente perniciosa de violência simbólica. A violência simbólica é uma violência que se exerce com a cumplicidade tácita dos que sofrem e também, com frequência, dos que a exercem, na medida em que uns e outros são inconscientes de exercê-la ou de sofrê-la. (BOURDIEU, 1977, p. 22).

Para Marshall McLuhan, a televisão enquanto meio frio assegura um alto envolvimento da audiência porque as condições de recepção podem ser dispersas. Por meio dos conceitos “o meio é a mensagem” e “os meios de comunicação como



extensões do homem”, McLuhan (2002) desenvolveu a teoria de que as consequências sociais e pessoais de qualquer meio constituem o resultado do novo escalão introduzido nas sociedades por uma nova tecnologia ou extensões de nós mesmos. Sendo assim, a recepção e interpretação da mensagem pelo receptor, são influenciadas pelo modo e o meio de comunicação utilizado na difusão da mesma.

3. Estudo de Caso

Todas as percepções descritas sobre o meio televisivo foram essenciais para a construção e sistematização de informações necessárias na análise da programação e transmissões televisivas. O levantamento bibliográfico possibilitou a atribuição de conceitos teóricos à programação esportiva cotidiana da plataforma televisiva.

Como estudo de caso, duas transmissões futebolísticas do Campeonato Mundial de Clubes da FIFA e o período compreendido entre o dia 12 ao dia 20 de dezembro de 2012 do programa Globo Esporte (Emissora Rede Globo de Televisão) foram observados e analisados. O Globo Esporte vai ao ar de segunda a sábado, tendo início por volta das 12h45min.

O campeonato selecionado é de grande importância no cenário do futebol e atraiu atenção do mundo todo. Na ocasião, o tradicional time paulista do Corinthians passou pela semifinal e disputou a final da competição. As duas atuações corinthianas foram difundidas pela emissora Rede Globo de Televisão nos dias 12 (quarta-feira) e 16 de dezembro (domingo). As duas partidas tiveram início às 08h30min da manhã no horário brasileiro.

Acompanhar a abordagem Global das transmissões futebolísticas e a cobertura jornalística dos fatos relacionados às essas partidas tornou possível compreender o posicionamento da mídia na mediação do fato esportivo, além da percepção de aspectos essenciais das novas características da difusão de informações.

4. Reestruturação do Meio Televisivo

Sob o olhar da ecologia da mídia, definido por Postman (1970) como “o estudo das mídias como ambientes”, os meios de comunicação devem se autorregular continuamente para conseguir manter-se mesmo com o surgimento de outros novos meios. As mídias são analisadas como se estivessem inseridas em um ambiente, se relacionando continuamente com outras mídias existentes.



Para que essa coexistência seja possível, o conceito de Ecologia da Mídia supõe necessário que os diferentes meios comunicacionais desenvolvam a capacidade de se reestruturar diante dos impactos causados pelo surgimento de um novo meio. Com o surgimento da internet, plataforma com caráter mais veloz e dinâmico, o meio televisivo está se modificando e utilizando de diferentes ferramentas para assegurar audiência.

Essas modificações estão em curso e puderam ser observadas durante a análise e estudo de caso. As ferramentas foram divididas em três: Estratégias Discursivas, Fenômeno da Espetacularização e Interatividade. Os próximos tópicos irão apontar exemplos nos objetos do estudo de caso.

4.1 Estratégias Discursivas

Inicialmente, na programação do Globo Esporte, nota-se que dinamismo e bom humor são traços marcantes. A tentativa de tratar os assuntos ligados ao mundo esportivo com descontração aproxima o conteúdo aos públicos com idade e interesses diferentes. Composto por elementos leves o programa possui um caráter inovador.

Todos os dias, músicas que estão fazendo sucesso e sendo reproduzidas em todo o território nacional são tocadas na abertura, no encerramento e entre as reportagens do Globo Esporte. Este elemento recorrente aliado a uma edição técnica e moderna confere um perfil jovem à programação.

A linguagem e a postura do apresentador são informais, apresentando características populares identificatórias. As gírias, as expressões e os jargões comumente falados pelos brasileiros são reproduzidos pelo emissor. Marshall McLuhan previu que na TV o “teleator” deveria estar sempre pronto para improvisar e adornar suas frases, mantendo intimidade com o telespectador. Este aspecto acaba por se tornar uma linguagem simbólica e de aproximação.

De semelhante modo, nas transmissões futebolísticas ao vivo do campeonato Mundial de Clubes da FIFA, também se tornou evidente ferramentas de reestruturação em relação às novas tecnologias. O primeiro jogo foi contra o time Al Ahly do Egito e o segundo contra o Chelsea da Inglaterra.

Durante os jogos, há forte identificação e proximidade em relação ao time do Corinthians. A narração e os elementos visuais se posicionam a favor do time brasileiro. Não cabe julgar se é aceitável que a transmissão de uma final de campeonato internacional seja tendenciosa quando há um time nacional representando o país. No

entanto, a linguagem utilizada dialoga diretamente com a torcida corintiana. (Ver figura 1, a seguir).



Figura 1: Print (fotografia da internet) disponível no site do Globo Esporte. Festa da torcida corintiana e o uso do termo “Timão” na legenda. Expressão muito explorada na transmissão ao vivo.

As duas narrações foram feitas por Galvão Bueno, e os comentários por Casagrande. Expressões como “nação corintiana”, “timão” “bando de loucos”, “fiel torcida corintiana” foram recorrentes durante toda a transmissão. O uso dessa linguagem tem como objetivo cativar e aproximar o público ao conteúdo. Além disso, houve uma tentativa de expandir a abrangência do público para além dos torcedores do Corinthians. O uso de “time brasileiro”, “o país todo ligado”, visa conquistar a atenção e audiência de qualquer telespectador (Ver Figura 2, a seguir).



Figura 2: Print (fotografia da internet) disponível no site do Globo Esporte. Festa da torcida corintiana, imagem constante na transmissão ao vivo da partida.

Outros fatores que intensificam a parcialidade da cobertura da partida de futebol são as imagens e entrevistas. A postura dos jogadores antes de entrar em campo, a festa da torcida e as reações do técnico corintiano Tite, foram apresentadas ao telespectador com uma carga emotiva exacerbada. As entrevistas com os jogadores ao final da partida colocam a atuação do time brasileiro em pauta e fornecem ao público uma sensação de intimidade com os atletas.

Mais um mecanismo estratégico eficaz em realizar uma aproximação direta com a torcida corintiana aconteceu no intervalo da final do campeonato: repórteres estavam presentes na casa dos jogadores Emerson e Danilo acompanhando a partida de futebol com a família e amigos dos atletas. A possibilidade de compartilhar a emoção da família dos ídolos que estão em campo para quem está assistindo o jogo, conquista a audiência de quem está à procura de mais detalhes e informações.

Tal cobertura televisiva que explora diversos elementos discursivos e possibilita um acompanhamento contínuo de acontecimentos, tornando a intimidade dos atletas mais próxima ao público, resulta em ações estratégicas de autorregulação.

4.2 Fenômeno da Espetacularização

Em um segundo momento, uma característica latente observada principalmente na programação do Globo Esporte é a transformação em grandes acontecimentos de



fatos que poderiam ser meramente informados. “A televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico” (Bourdieu 1997). O autor defende que a produção de conteúdo é feita por meio da busca do sensacional, do espetacular.

A busca pelo espetacular está relacionada à exigência de estar sempre à frente, atingindo o público de interesse e garantindo audiência. Essa é a forma de manter-se ativo em seu espaço de atuação: transmitir um diferencial, uma cobertura completa dos fatos. No entanto, como consequência, a repetição de conteúdo torna a programação saturada.

O período de análise do Globo Esporte compreendeu a final e semifinal do Mundial de Clube da FIFA. O Corinthians, tradicional clube paulista, era o único time brasileiro que disputava a final do campeonato e, por isso, o programa explorou nos mínimos detalhes qualquer assunto que estivesse relacionado a ele. Informações ínfimas e irrelevantes foram apresentadas ao telespectador como se fossem de cunho importantíssimo. Novamente, para Bourdieu, este fenômeno objetiva garantir audiência:

Para ser o primeiro a fazer alguma coisa, está-se disposto a quase tudo, e como se copia mutuamente visando a deixar os outros pra trás, a fazer antes dos outros, ou a fazer diferente dos outros, acaba-se por fazerem todos a mesma coisa, e a busca da exclusividade, que, em outros campos, produz a originalidade, a singularidade, resulta aqui na uniformização e banalização.” (BOURDIEU, 1977, p. 27).

É válido ressaltar que a visão de Pierre Bourdieu sobre o assunto é crítica. O autor considera fenômeno da espetacularização como uma proposital tentativa de desviar o foco de cenários sociais e econômicos relevantes que deveriam ser expostos à sociedade.

As notícias de variedades consistem nessa espécie elementar, rudimentar, da informação que é muito importante porque interessa a todo mundo sem ter consequências e porque ocupa tempo, tempo que poderia ser empregado para dizer outra coisa. Ora, o tempo é algo extremamente raro na televisão. E se minutos tão preciosos são empregados para dizer coisas tão fúteis, é que essas coisas tão fúteis são de fato muito importantes na medida em que ocultam coisas preciosas. (BOURDIEU, 1997, p. 23).

3.3 Interatividade Entre os Meios



Os indivíduos estão cada vez mais adeptos da plataforma digital que apresenta vantagens próprias como informações atemporais. Essa plataforma possui características particulares. Certamente, “é possível então perceber o ciberespaço como um aglutinador dos mais diversos meios, que se encontram em evolução rumo a uma inter-relação cada vez mais presente” (MARQUES e MARQUES, p.3)

Com o surgimento desta nova tecnologia, o meio televisivo precisou considerar a relevância desta plataforma na sociedade contemporânea. A saída para manter o telespectador que também é usuário do meio digital, veio em forma de interatividade. Não há exclusão entre os meios, tenta-se justamente ao contrário.

A programação televisiva no geral tem exercido sua reestruturação em relação à internet, aliando-se com as ferramentas do universo digital. No caso do Globo Esporte, observa-se uma tentativa bem sucedida de dialogar com meio virtual. Este diálogo acontece de maneira visível e continua. O programa frequentemente faz referência a sites, além de disponibilizar em sua plataforma digital assuntos complementares as matérias exibidas na TV. Nas redes sociais há comunicação com o público e interação entre o conteúdo dois meios, conquistando os receptores adeptos das duas plataformas para entretenimento e informação.

Ainda há espaço para o receptor da mensagem televisiva se pronunciar e participar do programa por meio das ferramentas digitais, onde reportagens e discussões permitem aproximação e interação entre produtor de conteúdo e receptor por meio de chamadas como “mande seu vídeo para o nosso site” ou “dê sua opinião nas redes sociais”. Essa tem sido uma inteligente alternativa para integrar o meio televisivo ao digital.

Na mediação do fato esportivo, a autorregulação do meio televisivo em relação à internet é uma tentativa de agregar e complementar conteúdo. Para Marshall McLuhan nenhum meio tem sua existência ou significado por si só, estando na dependência da constante inter-relação com os outros meios. Por isso, as emissoras buscam que seus veículos coexistam e dialoguem entre si através da relação de conteúdo ou espaço para expressão do telespectador.

5. Considerações Finais

Após o levantamento bibliográfico e reflexão sobre o posicionamento dos diversos autores em relação ao meio televisivo, pode-se concluir que desde o



surgimento a televisão modificou as relações interpessoais e a percepção do homem na estrutura social vigente.

A televisão, enquanto plataforma composta por som e imagem, cativou grande público. Com o surgimento do meio digital, no entanto, tem sido necessário adequar o conteúdo e diferenciar sua oferta. Esses mecanismos foram vistos neste trabalho e estão em curso onde muitas outras mudanças ainda estão por vir.

Na mediação do fato esportivo, a exploração do entretenimento e o uso de recursos musicais e visuais, além de uma linguagem própria que atrai diversos públicos, são alterações em ascensão. A questão da interatividade também em muito irá se desenvolver e aperfeiçoar, à medida que as plataformas midiáticas se consolidam.

Possivelmente, outras inovações tecnológicas surgirão e a adequação aos novos meios de comunicação será o futuro de todos os antigos meios. Nota-se também, que em uma sociedade onde o progresso está diretamente ligado às inovações tecnológicas, a convivência dos novos tende a ocorrer de forma harmoniosa.

Portanto, a tentativa atual de integrar diferentes meios de comunicação e complementar conteúdo, permite que cada plataforma seja única com suas peculiaridades e mantenha-se ativa no seu espaço de atuação.

6. Referências Bibliográficas

- 1- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão* (seguido de “A influência do jornalismo” e “Os Jogos Olímpicos”). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- 2- LEAL, Plínio Marcos Volponi. **Um olhar histórico na formação e sedimentação da TV no Brasil.** Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/7o-encontro-2009-1/Um%20olhar%20historico%20na%20formacao%20e%20sedimentacao%20da%20TV%20no%20Brasil.pdf>> Ultimo acesso em 10 de maio de 2013.
- 3- MARQUES, Angélica Alves C. e MARQUES, Otacílio G. **Os meios de Comunicação como extensões do homem.** Disponível em <http://www.cid.unb.br/publico/setores/100/136/textos/Resumos%20Ampliados/Resumo%20Ampliado%20E.pdf>.



- 4- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** Cultrix. 12^a edição. São Paulo, 2002.

- 5- POSTMAN, Neil. **Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia.** São Paulo: Nobel, 1994.

- 6- WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias.** Porto Alegre: Sulina, 2003.