

## AS RELAÇÕES ENTRE ESPORTE E MÍDIA NA FORMAÇÃO PROFISSIONAL EM EDUCAÇÃO FÍSICA<sup>1</sup>

Giovani De Lorenzo Pires<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Santa Catarina

### THE RELATION BETWEEN SPORT AND MEWDIA IN THE FORMATION OF THE PHYSICAL EDUCATION PROFESSIONAL

#### Introdução

A crescente influência dos meios de comunicação de massa como principais agentes de formação da opinião pública na sociedade contemporânea constitui-se um dos poucos consensos atuais entre acadêmicos, políticos, economistas, religiosos, empresários, trabalhadores, donas-de-casa e profissionais das mais diferentes áreas.

Parece haver também significativa concordância em relação aos interesses hegemônicos que configura esta presença da mídia na cultura cotidiana, que são os de consolidar uma determinada ideologia (o liberalismo), um modo de produção único (o capitalista) e os filhos gêmeos deste casal: a mercadorização e o consumo. Ela faz isso através do discurso midiático, (entende-se o *discurso midiático* como o caminho simbólico de que se utiliza a mídia para dar direção e sentido à representação das suas mensagens e, deste modo, guiar as visões de mundo de grupos sociais objetivados) que se constrói baseado em informação, entretenimento e publicidade, dimensões cada vez mais intercambiáveis e indiferenciadas.

Se for assim, em relação à cultura em geral, também o é, e de modo especial, quanto à cultura

esportiva, cujo conceito (em construção) pode ser apresentado desde já:

*Conjunto de valores, compreensões e ações que representam o modo predominante de ser/estar na sociedade globalizada, em relação ao seu âmbito esportivo (mas não só ele), cujos significados são simbolicamente incorporados através, principalmente, da mediação feita pela indústria da comunicação de massa (PIRES, 1997).*

A cultura esportiva é, assim, o âmbito socialmente compartilhado de onde são reconhecidos elementos que, didaticamente transformados, são objetivos de estudo e conteúdos de ensino na educação Física. Deste modo, pode-se dizer que, de forma indireta, a mídia vem, cada vez mais, determinando os saberes/fazer com os quais atua o profissional de Educação Física.

Se isso é bom ou ruim para a educação Física, permito-me omitir minha opinião pessoal por enquanto. Preocupa-me muito mais o fato de que, entre os profissionais da área, têm predominado três tipos fundamentais de posicionamentos, todos ingênuos e estereis, não-dialéticos:

<sup>1</sup> Subsídio à palestra proferida aos alunos do curso de Educação Física das Faculdades Integradas de Maringá – Faimar do Centro Universitário e Maringá – Cesumar, em 19/10/2000, razão da característica de oralidade preservada neste texto.

<sup>2</sup> Professor do Departamento de Educação Física / Centro de Desportos / Universidade Federal de Santa Catarina e membro do Núcleo de Estudos Pedagógicos da Educação Física. Aluno de doutorado em Ciências do Esporte na Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas – Unicamp. Contatos: giovani@cds.ufsc.br

a) Adesão incondicional e acrítica ao discurso da mídia esportiva;

b) *Satanização* absoluta de seu papel social;

c) Desconsideração da sua importância, representada pelo popular *nem aí!*

Por isso, penso que um evento como este, como professores em formação, representa momento privilegiado para tomarmos outra perspectiva de observação do fenômeno, buscarmos diferentes pontos de vista e, quem sabe, fomentarmos intervenções que possam ir ao encontro de outros valores, outras atitudes, enfim, novas e autônomas relações da Educação Física com a mídia.

Assim, o objetivo principal desta participação é apresentar e examinar algumas teorias e propostas de estudo das relações entre o esporte e a mídia, visando proporcionar-lhes algumas aproximações ao tema para o debate posterior. Para tanto, esta fala introdutória está organizada em quatro tópicos interdependentes:

*Tópico I.* Enfoque cultural das influências dos meios de comunicação na produção de saberes/fazeres sociais sobre esporte.

*Tópico II.* Relato de estudo sobre relações entre a formação profissional em Educação Física e qualidade da recepção à mídia esportiva.

*Tópico III.* Apresentação de algumas propostas acadêmicas para orientar o trato da mídia pela Educação Física.

*Tópico IV.* Formulação de pressupostos teóricos e curriculares para uma abordagem crítico-emancipatória da mídia esportiva no âmbito da formação profissional em Educação Física.

Para a análise das influências da mídia na produção daquilo que estou chamando cultura esportiva, várias abordagens seriam possíveis e têm sido realizadas. Em artigo publicado pela Revista da Educação Física da UEM, tive oportunidade de sistematizar algumas (PIRES, 1998), que retomo nesta introdução.

Talvez o enfoque mais utilizado seja o político-ideológico, que estuda o esporte tornando veículo de confrontos ideológicos históricos, como o nazifascismo nos anos 30. Para lembrar, nos Jogos olímpicos de Berlim (1936), o nazismo mobilizou seus maiores cineastas para produzir filmes e utilizar as imagens de atletas alemães como vencedores, visando a consolidação do projeto eugênico de supremacia da raça ariana. Na mesma linha, podemos lembrar os confrontos esportivos entre países comunistas e capitalistas, durante o período da chamada Guerra Fria, que utilizavam a

sua divulgação por meio da mídia para associá-los a vitórias, deste ou daquele regime.

Mais recentemente tem-se abordado a relação entre esporte e mídia pelo viés econômico, isto é, pelo estudo dos processos de marketing e comercialização de bens e produtos relacionados ao esporte (materiais esportivos, bebidas e compostos alimentares, produtos eletrônicos, etc.), através das programações esportivas das televisões, especialmente com o advento dos canais por assinatura, que permitem a multiplicação destas marcas.

Há ainda estudos psicossociais, que têm buscado examinar fenômenos como formação de personalidade pela identidade com ídolos esportivos produzidos pela mídia ou a influência destas nos comportamentos agressivos e na violência nos estádios (ELIAS, 1992; BETTI, 1997).

Em, vista da instalação de Comissões parlamentares de Inquérito no Senado da República e na Câmara Federal, visando examinar os desvios do chamado *negócio do esporte* no Brasil, que tem algumas empresas de mídia como suas principais parcerias, talvez se possa agora estudar o fenômeno também pela esfera criminal.

Todas estas abordagens deixam claro que os recortes procedidos são exigências da própria complexidade do fenômeno esporte neste século, pois na verdade elas estariam interligadas. Também creio nisso e, na tentativa de focar a relação esporte/mídia de forma mais ampla e abrangente possível, prefiro fazê-lo pelo âmbito da cultura, porque esta é ao mesmo tempo determinante e reflexo de todos estes aspectos utilizados pra análises.

### **Tópico / Enfoque Cultural das Influências dos Meios de Comunicação na produção de Saberes/Fazeres Sociais sobre Esporte**

Neste sentido, sugiro iniciarmos por um rápido mergulho na história da cultura ocidental para localizar no surgimento da capacidade de reprodutibilidade técnica da arte um novo e importante paradigma. A capacidade de aprisionar e reproduzir imagens/sons determinou o início de uma nova era da cultura, que, nesse processo, perdeu sua unicidade, sua capacidade de consumir-se em si mesma, sua rebeldia, enfim, sua aura, em troca das promessas da perenidade e acessibilidade, e,

finalmente, pela aquisição de um valor-de-troca, inexistente até então. A mercadorização da cultura criou novas formas de relacionamento entre seus produtores, patrocinadores e, agora, consumidores.

Como afirmaram ADORNO e HORKHEIMER (1985), *a produção da cultura hoje não é mais também pensada como mercadoria, mas o é integralmente* (destaque no texto original). A propósito, penso que a melhor análise teórica até hoje procedida sobre isso é a dos dois autores frankfurtianos e que se revela sob o conceito sempre atual da Indústria Cultural. Em síntese, pode-se dizer que a cultura tornou-se, simultaneamente em objeto de consumo produzido para as massas e meio de formação de comportamentos de consumo, processo que se dá através dos sempre renovados meios de reprodução tecnológica (fotografia, rádio, cinema, televisão, PC/Internet).

O novo momento do capitalismo hegemônico, pós-esfacelamento do bloco socialista, gerou a reorganização dos mercados mundiais, voltada a ampliar os lucros e reduzir custos, chamada globalização (IANNI, 1995). Uma de suas estratégias mais visíveis, a produção em escala global de produtos pouco diferenciados entre si, necessitava a correspondente criação de uma cultura igualmente compartilhada em escala mundial, que aproximasse valores, gostos e procedimentos de consumo, isto é, um único mercado consumidor, mundializado, dos produtos gerados pela economia globalizada (ORTIZ, 1994). Para a formação dessa identidade cultural global, foi possível contar com uma mídia planetariamente expandida, garantida pelos sistemas de transmissão via satélite e a cabo (MORAES, 1998).

É nesse novo espaço/tempo do capitalismo mundial que o esporte é redescoberto como um dos mais importantes fenômenos culturais do século e dos mais promissores produtos da Indústria Cultural. Apropriado pela lógica da globalização, torna-se espetáculo a ser consumido preferencialmente pela mídia de massa, transformando-se hoje no principal produto de consumo da cultura do entretenimento: só o futebol movimentava cerca de 200 bilhões de dólares por ano.

Pela abrangência e também pela capacidade de fixação deste discurso midiático, gera-se *saberes* e *fazer* sobre esporte, cotidianamente incorporados de forma simbólica à cultura contemporânea, que implica no surgimento de um recorte específico da cultura, determinante da forma de ser e estar nesta sociedade

globalizada, conforme já me referi na introdução do conceito provisório de cultura esportiva. O que cabe destacar aqui é a importância dos meios de comunicação de massa neste processo. Para exemplificar, vale lembrar, entre outros aspectos, as mudanças de regras e formas de disputas em modalidades como o voleibol, o basquetebol, o futebol, o tênis, todas visando adaptação ao formato e ao tempo televisivos. Ou a associação de investidores com a indústria midiática para aquisição dos direitos de imagem de clubes e dos próprios departamentos profissionais destes, estágio atual do futebol brasileiro. Como afirma OGAWA (1999), nos *bigbusiness*, o capital prefere possuir o *hardware* e o *software* (os meios de veiculação e os produtos a serem comercializados) pra evitar riscos desnecessários.

Um bom exemplo disso é a conexão formada pelo fundo americano de investimentos HMTF: proprietário de um canal de TV por assinatura para países da América Latina (PSN), tem uma parceria estratégica no Brasil com a empresa de marketing e eventos esportivos *Traffic* - que consegue ser, ao mesmo tempo, sócio da CBF/Nike, do escritório de marketing esportivo do sistema Globo e do departamento de jornalismo esportivo da rede bandeirantes de Televisão - e mentem o licenciamento do Corinthians paulista e do Cruzeiro de BH. Para culminar, organizar a internacional Copa Mercosul, evento de maior premiação do futebol latino-americano.

### **Tópico II Relato de estudo sobre relações entre a formação profissional em educação física e qualidade da recepção à mídia esportiva**

Se a mídia vem, cada vez mais, determinando o campo esportivo onde a educação Física vai buscar os elementos da cultura de movimento que, didaticamente transformados, constituem-se nos nossos conteúdos de ensino, é preciso que tenhamos a capacidade de compreender este processo, para que nossa tarefa pedagógica não se limite de mera reprodução e formação de novos consumidores da cultura esportiva. Mas será que os acadêmicos de Educação Física vêm desenvolvendo esta qualidade crítica para recepção (recepção midiática é a atribuição de sentidos particulares à mensagem midiática, por

parte do receptor-sujeito) da mídia esportiva em sua formação profissional? Essa dúvida levou-nos a pesquisa realizada com universitários da UFSC, do curso de educação Física e de outras dez graduações (PIRES, GONÇALVES e PADOVANI, 1999a; 1999b).

Trata-se de estudo transversal descritivo-exploratório, com 93 acadêmicos (53 da Educação Física e 30 de outros cursos), de ambos os sexos e categorizados, distribuídos conforme posição na estrutura curricular, em iniciantes, intermediários e formandos. Para coleta de dados, aplicou-se escala de opinião do tipo *Likert*, com 25 enunciados, todos centrados em temas de esporte veiculados pela mídia em evento recente (Copa do Mundo de Futebol na França, 1998).

A análise estatística dos resultados demonstrou que as opiniões entre as três categorias no interior do curso de educação Física coincidiam em quase 80% das respostas. Quando comparadas no seu conjunto, com o grupo formado acadêmicos dos outros cursos, a semelhança permaneceu descritivamente a mesma. Isso já nos indicava que a formação profissional em Educação Física parece não se constituir num elemento importante para a recepção diferenciada à mídia esportiva. Esse primeiro apontamento foi ratificado pelos resultados da análise de conteúdo que examinou a criticidade das respostas: as posturas indiscutivelmente mais críticas são dos alunos iniciantes da Educação Física e, se analisadas também no conjunto da área, as respostas deste curso demonstram superioridade apenas moderada naquele critério, em relação às dos demais cursos.

Como conclusão, pode-se afirmar que a formação profissional em educação Física não garante, maior qualidade na recepção à mídia esportiva.

Isso nos leva a perguntar se os futuros profissionais da área estarão capacitados para desempenhar intervenções críticas, questionadoras, reflexivas, esclarecedoras, a respeito da mídia esportiva. Diante de uma muito provável resposta negativa, a dúvida, então, é o que seria possível e desejável fazer para superar esta deficiência no âmbito da formação posicional? Tudo indica que o caminho consensual seja o de introduzir de forma sistemática o estudo do tema no campo acadêmico da área de conhecimento. De certo modo, isto já está sendo feito por algumas instituições de ensino e pesquisadores e, de alguns destes, têm-se notícias através das produções geradas.

### **Tópico III Apresentação de algumas propostas acadêmicas para orientar o trato da mídia pela educação física**

Mesmo correndo o risco de cometer injustiças, creio que as principais propostas acadêmicas para a utilização da mídia como objeto de estudo no âmbito da Educação Física são as que, resumidamente, foram apresentadas por PIRES e BITTENCOURT (1999):

**Estudos sobre comunicação, movimento e mídia:** linha difundida pelo Laboratório de Movimento e Mídia, da subárea de concentração com o mesmo nome da pós-graduação do CEFD/UFSC e coordenado pelo professor Sérgio Carvalho. Considera a formação epistemológica de um campo acadêmico interdisciplinar de conexão entre educação física e Comunicação Social (CARVALHO e HATJE, 1996).

**Comunicação esportiva:** proposta através de tese de doutorado da professora Vera Regina Camargo (Labor/Unicamp), constituiria em área de especialização/aprofundamento e campo de trabalho para profissionais de Educação física e esporte, que passariam a atuar, por exemplo, em assessorias técnicas aos órgãos de imprensa (CAMARGO, 1998).

**Educação para mídia na Educação Física:** proposta didática para a Educação física escolar, formulada preliminarmente pelo professor Mauro Betti (Unesp/Bauru). Nela, propõe a inserção da mídia no ensino fundamental e médio em três níveis de complexidade: i) como recurso didático, ii) como objeto de análise e crítica, e iii) como possibilidade didática para a produção midiática sobre esporte (BETTI, 1998).

**Emprego da Internet:** como ferramenta de formação permanente, para acadêmicos e professores de Educação Física e outras áreas da Ciências do Esporte: proposta da tese de doutorado do professor Laércio Elias Pereira (UCB), encontra-se implementada, gerando uma página principal de consulta ([www.cev.ucb.br](http://www.cev.ucb.br)), com várias informações e ligações com outras páginas afins, além de uma série de listas de discussão por temática específica (PREIRA, 1998).

Convergentemente, as propostas apresentadas apontam para a necessidade de que o professor de Educação Física estabeleça

novas relações com a mídia, em diferentes níveis de interação, desde sua formação acadêmica. No entanto, penso que um fator pouco referido nelas, mas de fundamental importância para a qualidade da nossa intervenção político-pedagógica na sociedade é quando ao marco referencial teórico-conceitual em que elas devam se orientar. Dito de outro modo, a definição clara do projeto de cidadania, de sociedade e de mídia que elas devem pretender ajudar a construir, em relação à cultura esportiva.

Modestamente, meus estudos de doutorado têm andado nesta direção e, por isso, peço licença para apresentar alguns recortes da tese em construção, para concluir esta apresentação.

#### **Tópico IV Formulação de pressupostos teóricos e curriculares para uma abordagem crítico-emancipatória d mídia esportiva no âmbito da formação profissional em educação física**

Como princípio geral, entendo que o discurso midiático sobre esporte, atividade física, lazer e saúde precisa ser *tematizado* no currículo do curso de graduação em Educação física, isto é, sua formulação, intenções e os sentidos que aponta para o conjunto da sociedade devem passar por rigorosas análises a fim de serem esclarecidos e ressignificados em bases superadoras do senso comum. Esta é uma competência técnica e um compromisso político a ser assumido pelo profissional da área, e é o mínimo que um cidadão sob nossa responsabilidade pedagógica deve esperar de nós.

Para tanto, são necessárias bases teórico-conceituais que referenciem o exame crítico do conteúdo das mensagens da mídia esportiva. Sustento que isso pode ser construído através da aproximação entre conceitos da teoria Social Crítica (a Escola de Frankfurt) e dos estudos sobre as múltiplas mediações da recepção midiática, da chamada Corrente Latino-americana (MARTIN-BARBERO, 1987; OROZCO, 1993; JACKS, 1999), tendo como pano de fundo a concepção crítico-emancipatória da Educação Física, proposta por KUNZ (1994 e 1999).

Dos teóricos de Frankfurt, conceitos como os da Indústria Cultura e da Semi-cultura permitem que se construa compreensão crítica a respeito do processo de produção de uma cultura de consumo através dos meios de comunicação de massa e as conseqüências disso na (semi) formação para a cidadania. Dos estudos de recepção midiática, recuperaram-se possibilidades de recepção no

fortalecimento das estruturas que fazem a mediação do discurso midiático, com a atribuição de sentidos autônomos, por parte do sujeito-receptor.

Didaticamente, esta aproximação teórico-conceitual parece encontrar seu espaço apropriado na Educação física através da abordagem crítico-emancipatória, que propõe promover o entendimento crítico sobre os conteúdos da área, para além dos interesses voltados à (também necessária) competência técnica. O eixo condutor das reflexões daí decorrentes, penso, deve ser a construção permanente do Esclarecimento, categoria universal responsável pela racionalidade da espécie humana. Contemporaneamente, o esclarecimento baseado na auto-reflexão kantiana e no paradigma da consciência (o auto-esclarecimento) passou a ser repensado por uma nova razão, comunicativa e emancipatória, conforme propõe Jurgen Habermas, em sua teoria do agir comunicativo (INGRAM, 1996). Neste novo paradigma, o esclarecimento decorrente da relação subjetiva entre Sujeito/Objeto é revisto/fortalecido/ampliado pela intersubjetividade, ou seja, pela busca argumentativa e dialógica de consensos entre Sujeitos livres de qualquer coerção, que buscam entenderem-se, entre si, sobre Objetos do mundo.

Outra demanda que precisa ser equacionada é quanto às formas curriculares mais adequadas para esta tematização da mídia. A tendência mais imediata é a da criação de disciplina(s) própria(s) para seu estudo, embora se corra o risco de reforçar a já exagerada fragmentação do conhecimento. Ainda assim, em vista das possibilidades representadas pela forma disciplinar para a apropriação das *ferramentas* técnicas necessárias para a análise da realidade mediada, defendo esta solução, entendendo, porém, que outras estratégias podem ser pensadas complementarmente a ela.

Uma destas alternativas é a que aponta para a sua transformação numa espécie de tema transversal, ao modo dos parâmetros curriculares do ensino básico. Neste caso, assuntos do cotidiano com evidentes reflexos sobre os conhecimentos específicos – que é o caso da mídia esportiva para a Educação física – são abordados na medida em que surgem conectados aos conteúdos de cada disciplina.

Limitação a este caminho de sistematização é o possível espontaneísmo e a dispersão de enfoques.

Outra estratégia, mais orgânica, é considerar o tema um eixo orientador do currículo, o que implica na obrigatoriedade de que os planejamentos de ensino das matérias acadêmicas se articulem em torno de áreas conexas interdisciplinares para abordagem da temática.

Finalmente, de mais difícil implementação porque exige uma outra concepção de currículo (para além da simples grade de disciplinas), sugere-se a criação de estruturas institucionais para-curriculares dedicadas à pesquisa/ensino/extensão sobre o tema, como núcleos, laboratórios, grupos ou outros tipos de fóruns próprios, que possam estar disponíveis ao acesso dos acadêmicos e, desta forma, se faça presentes na sua formação profissional. Uma possível forma de operacionalização destas iniciativas seria decursos seqüenciais, previstos na nova LDB (Lei 9394/96).

Por fim, resta afirmar que, na minha opinião, esta é uma tarefa intransferível e urgente para a educação física, sob pena de ficarmos a reboque das parcerias econômicas que vêm transformando o esporte *na* mídia em um esporte *da* mídia! As conseqüências de tal apropriação do fenômeno cultural esportivo pela mídia podem ser as mais diversas: desde a inibição de outras manifestações sociais que não o espetáculo esportivo até o incentivo a atitudes passivas de consumo mediatizado da cultura esportiva por parte do cidadão.

Em última instância, tanto a ocorrer inexorável perda da autonomia pedagógica da Educação Física sobre os *saberes/fazer*s das suas intervenções na sociedade e com isso, perda da sua própria legitimidade social como área acadêmica, tornando-se apenas uma ocupação profissional de caráter técnico.

### Referências

- ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- BETTI, Mauro. *Violência em campo: dinheiro, mídia e transgressão às regras no futebol espetáculo*. Ijuí: UNIJUÍ, 1997.
- BETTI, Mauro. Mídia e educação: análise da relação dos meios de comunicação de massa com a Educação Física e os Esportes. Santa Maria, UFSM, *Seminário Brasileiro de Pedagogia do Esporte*, 80-88, set/1998 (Anais).
- CAMARGO, Vera Regina T. *O telejornalismo e o esporte-espetáculo*. São Bernardo do Campo, 1998. Tese (Doutorado). Faculdade de Ciências da Comunicação. Universidade Metodista de São Paulo.
- CARVALHO, Sérgio e HATJE, Marli. Proposta de desenvolvimento de um novo conhecimento na e para a Educação Física e a Comunicação Social no Brasil. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 17(3): 260-265, maio/1996.
- ELIAS, Nobert. *A busca da excitação*. Lisboa: Difel, 1992.
- IANNI, Otávio. *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.
- INGRAM, David. *Habermas e a dialética da razão*. Brasília: UNB, 1994.
- JACKS, Nilda. *Querência: cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção*. Porto Alegre: UFRGS, 1999.
- KUNZ, Eleanor. Esclarecimento e emancipação: pressupostos de uma teoria educacional para a educação física. *Movimento*, 10:35-39, 1999.
- MORAES, Denis de. *Planeta mídia: tendências da comunicação na era global*. Campo Grande: Letra Livre, 1998.
- ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- PEREIRA, Laércio Elias. *Centro Esportivo Virtual: uma experiência de informação em Educação Física e esportes na Internet*. Campinas, 1998. Tese (Doutorado). Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas.
- PIRES, Giovanni De Lorenzi. Breve introdução ao estudo dos processos de apropriação social do fenômeno esporte. *Revista da Educação Física/UEM*, 9(1):25-34, dez/1998.
- PIRES, Giovanni De Lorenzi. Globalização, cultura esportiva e educação física. *Motrivivência*, 10:26-43, dez/1997.
- PIRES, Giovanni De Lorenzi; GONÇALVES, Aguinaldo e PADOVANI, Carlos Roberto. Estudo sobre a mediação institucional “formação profissional” na recepção à mídia esportiva entre acadêmicos da UFSC. In: 51ª REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA PARA O PROGRESSO DA CIÊNCIA – SBPC. Porto Alegre, jul/1999-a. Anais (CD Room).
- PIRES, Giovanni De Lorenzi; GONÇALVES, Aguinaldo e PADOVANI, Carlos Roberto. Recepção à mídia esportiva entre acadêmicos de educação física da UFSC: estudo sobre opiniões conforme posição na estrutura curricular. *Revista Brasileira de Ciências do esporte*, 21(1):388-394, set/1999-b.
- PIRES, Giovanni De Lorenzi e BITENCOURT, Fernando. Comunicação e mídia no âmbito do conhecimento e intervenção em educação física/ciências do esporte. In: GOELLNER, Silvana (org.). *Educação Física/Ciências do Esporte: intervenção e conhecimento*. Florianópolis: CBCE, 1999.