

INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA PRÁTICA ESPORTIVA, NA ALIMENTAÇÃO DO ESPORTISTA E NA PROPAGAÇÃO DO MOVIMENTO OLÍMPICO

Prof. José Maurício Capinussú

Universidade Federal do Rio de Janeiro - RJ - Brasil
Universidade Gama Filho - Rio de Janeiro - RJ - Brasil
Universidade Salgado de Oliveira - Rio de Janeiro - RJ - Brasil

Resumo

Fato público e notório, a influência da mídia na prática esportiva, profissional ou não, nos hábitos alimentares acompanhantes desta prática e no melhor entendimento do movimento olímpico é de suma importância no direcionamento que estas três situações podem seguir. Procedendo a uma análise do assunto, procuramos estabelecer algumas considerações sobre as vantagens da mídia no convencimento do público em adotar certas posturas indicadas para a preservação da saúde, sobre a conveniência de seguir hábitos alimentares saudáveis e no conhecimento mais amplo do movimento olímpico, onde o foco central está representado pelo atleta de alto nível, produto de uma eficaz prática esportiva aliada a uma saudável alimentação, independentemente de outros fatores de ordem moral, social e psicológica.

Palavras-Chaves: mídia, nutrição, movimento olímpico.

THE INFLUENCE OF THE MASS MEDIA IN SPORTS, ATHLETES' FEEDING HABITS AND IN THE OLYMPIC MOVEMENT

Abstract

It is a widely known fact that mass media influences greatly professional and amateur sports, athletes' feeding habits and the understanding of the Olympic movement. While analysing this subject, we intended to make some considerations about the advantages of the mass media in persuading spectators to adopt some habits in order to preserve health, about the advantages of having healthy feeding habits and about a wider understanding of the Olympic movement, which focuses mainly high performance athletes as a consequence of an efficient sports training together with an appropriate feeding, independently on other moral, social and psychological aspects.

Key words: mass media, nutrition, Olympic movement.

INTRODUÇÃO

Dos cinco meios de comunicação imperantes em nosso cotidiano_ impressos (jornais e revistas) e eletrônicos (rádio, televisão e internet) - a televisão é, indiscutivelmente, o de maior penetração em nossos lares. Sua influência no modo de agir das

pessoas é decisiva, seja no linguajar, na gesticulação e, às vezes, até na mudança da personalidade, com base em certos tipos característicos das tele-novelas e dos programas humorísticos.

Na prática esportiva e em qualquer outra atividade, reportando os fatos no presente, a televisão leva sobre o rádio a vantagem da imagem e, sobre o jornal, a vantagem do tempo, divulgando o fato no instante em que ele ocorre. O jornal, por sua vez, só

Recebido em 29/12/2004. Aceito em 03/02/2005

registra este mesmo fato no dia seguinte ou, dependendo da sua importância, pode fazê-lo através de uma edição extra. Ainda assim, algumas horas após a ocorrência, embora tenha a disponibilidade de oferecer maior riqueza de detalhes.

Nunca é demais recordar que, há algum tempo, a televisão veiculou a campanha do "mexa-se", procurando incutir nas pessoas a necessidade de praticarem desde alguma atividade física até, periodicamente, uma atividade de caráter desportivo. O sucesso repercute até hoje, quando se observa na orla marítima, em volta do estádio do Maracanã ou em outros logradouros por esse país afora, milhares de pessoas correndo, caminhando ou passeando de bicicleta. Trata-se de uma herança do "mexa-se", quando a televisão exerceu papel decisivo para sua divulgação.

Da atividade física, vamos à nutrição. Seja o praticante um atleta ou um simples esportista, necessitando sempre de hábitos alimentares saudáveis, a mídia pode e deve se encarregar de divulgar através de programas, corretamente preparados, orientações ao público.

Ao final deste trabalho, advogamos a necessidade da mídia em tratar o movimento olímpico com a atenção que merece, por se constituir em um causa que baseia a educação de um povo em seus vários aspectos.

Influência Benéfica

Dentro da influência exercida pelos meios de comunicação na prática das atividades físicas, vale citar as aulas de ginástica transmitidas pelo rádio e pela televisão, onde atuaram durante muitos anos o Prof. Oswaldo Diniz Magalhães, um pioneiro sempre presente com sua "Hora da Ginástica", de 1932 a 1983, nas manhãs - de 06:30 às 07:30 horas - das Rádios Educadora Paulista, Mayrink Veiga, Cultura - São Paulo, Globo, MEC (Ministério da Educação) e os professores Antonio Pereira Lyra e Yara Vaz, pela televisão.

Nos meios de comunicação impressos, os aconselhamentos técnicos veiculados por jornais de grande penetração como "O Globo" e "Jornal do Brasil", para citarmos apenas os do Rio de Janeiro, e revistas como "Boa Forma", "Nova" e "Cláudia", entre outras, também têm sido de grande utilidade para os

inimigos do sedentarismo, principalmente porque estas consultorias são prestadas por renomadas autoridades no assunto.

E a nutrição? Qual a sua relação com a prática de atividades físicas? A resposta é simples. De nada adianta uma programação intensiva de atividades físicas, naturalmente de acordo com o biótipo da pessoa, suas reais necessidades e seu nível de aptidão, se a alimentação não for disciplinada em termos de conveniência ou não da ingestão de proteínas e carboidratos em quantidades condizentes com os seus objetivos, levando-se em consideração o seu desgaste e a necessidade de reposição de certas calorias. Também aqui, a televisão aparece como um maravilhoso veículo de divulgação para as vantagens proporcionadas por esta ou aquela forma de se alimentar. O programa criado pela saudosa Ofélia, modificado, mas ainda existente com outros apresentadores, é um exemplo de perenidade neste campo. Não se induz ninguém a comer isto ou aquilo. Apenas ensina-se a cozinhar de forma elegante e honesta, sugerindo-se receitas para todos os gastos e objetivos.

Presentemente, a nutrição atinge um estado de gigantismo em que os meios de comunicação têm apreciável parcela de responsabilidade, principalmente devido à presença maciça dos dietéticos e dos regimes de emagrecimento preconizados por este ou aquele veículo de divulgação.

Chega-se, inclusive, a sugerir que a pessoa deve comer de tudo e depois ingerir determinados produtos capazes de diluir, em questão de minutos, aquele exagero representado por uma alimentação inadequada. Isso para não falarmos na publicação de livros tipo "Calorias não engordam" e "Só é gordo quem quer", em que os autores advogam a causa do comer tudo sem maiores obstáculos à manutenção de um físico esbelto e sadio.

Movimento Olímpico

A necessidade de aprofundamento no conhecimento sobre o Movimento Olímpico deve ser tratada após a superação de quatro aspectos básicos, que se apresentam como fatores negativos:

1- Os Cursos de Jornalismo existentes nas Escolas de Comunicação não preparam o jovem

para encarar um mercado de trabalho atraente, como o esportivo. Muito menos, fornecem informações substanciais sobre o Olimpismo, a ponto do repórter não saber quem é Ademar Ferreira da Silva, um dos poucos integrantes do seleto elenco ganhador de duas medalhas de ouro em duas Olimpíadas consecutivas, em uma prova bastante difícil como o salto triplo.

2 - No Brasil, o Movimento Olímpico só merece divulgação compatível nos anos de Olimpíada. Ainda assim, é uma divulgação "capenga", porque os meios de comunicação não se importam em dar informações precisas e atraentes.

3 - Os programas de televisão são repetitivos, bisando transmissões de quatro anos antes, isto é, o que foi divulgado anteriormente à última Olimpíada. Pouco se cria, pouco se renova. Não se promovem debates com atletas olímpicos brasileiros e estrangeiros, da atualidade e do passado. Não se recorre a consultores especializados para elaborar os programas. Por que motivo? Economia? O assunto não merece um maior investimento? Não dá retorno ao patrocinador?

4-Quando aparece uma publicação especializada em assuntos de caráter olímpico, as dificuldades de produção são enormes e o seu tempo de vida é efêmero. Prefere-se promover o dirigente envolvido com o Olimpismo, em detrimento de educar o povo, inculcando-lhe as idéias do Barão de Coubertin.

Procedendo a uma abordagem sobre o Olimpismo, que consideramos bastante procedente para enriquecer este trabalho, Bourdieu (1997) afirma que:

"O conjunto do campo de produção dos Jogos Olímpicos como espetáculo televisivo, ou melhor, na linguagem do marketing, como instrumento de comunicação, é o conjunto das relações objetivas entre os agentes e as instituições comprometidos na concorrência pela produção e comercialização das imagens e dos discursos sobre os Jogos: o Comitê Olímpico Internacional (COI), progressivamente convertido em uma grande empresa comercial com orçamento anual de 20 milhões de dólares, dominado por uma pequena camarilha de dirigentes esportivos e de representantes das grandes marcas industriais (Adidas, Coca-Cola, etc), que controla a venda dos direitos de transmissão (avaliados, para Barcelona-

92, em 633 bilhões de dólares) e dos direitos de patrocínio, assim como a escolha das cidades olímpicas; as grandes companhias de televisão (sobretudo americanas) em concorrência (na escala da nação ou da área lingüística) pelos direitos de transmissão; as grandes empresas multinacionais (Coca-Cola, Kodak, Ricoh, Philips, etc) em concorrência pelos direitos mundiais sobre a associação com exclusividade de seus produtos com os Jogos Olímpicos (enquanto "fornecedores oficiais"); e, enfim, os produtores de imagens e de comentários destinados à televisão, ao rádio ou aos jornais (em números de 10.000 em Barcelona) que estão comprometidos em relações de concorrência capazes de orientar seu trabalho individual e coletivo de construção da representação dos Jogos, seleção, enquadramento, montagem de imagens e elaboração do comentário".

Complementando seu depoimento que enfoca um evento realizado em 1992, porém, considerado uma Olimpíada modelar devido a uma organização que se aproximou da perfeição, Bourdieu afirma que:

"seria preciso, enfim, analisar os diferentes efeitos da intensificação da competição entre as nações que a televisão produziu através da planetarização do espetáculo olímpico, como o aparecimento de uma política esportiva dos Estados orientada para os sucessos internacionais, a exploração simbólica e econômica das vitórias e a industrialização da produção esportiva que implica no recurso ao doping e às formas autoritárias de treinamento".

CONCLUSÕES

Em vista da grande abrangência dos meios de comunicação, há que se estabelecer algumas conclusões, objetivando um aproveitamento mais apurado da influência proporcionada por estes veículos.

1 - Não há um preparo mais apurado dos especialistas em jornalismo esportivo ou em assuntos mais específicos ligados à prática esportiva.

2 - Observa-se o acesso aos meios de comunicação de pessoas sem qualificação, que se propõem a ministrar orientação sobre prática esportiva e prescrição de regimes alimentares.

3 - Não há um controle mais rigoroso sobre a propaganda de produtos cujos efeitos são duvidosos e que se destinam, hipoteticamente, a proporcionar redução de peso ou evitar distúrbios gástricos por excesso de ingestão alimentar.

4 - A influência dos meios de comunicação é muito grande, principalmente os eletrônicos - internet, televisão.

RECOMENDAÇÕES

Quanto aos meios de comunicação, algumas recomendações possíveis de neutralizar os aspectos negativos abordados ao longo deste trabalho se fazem necessárias, consubstanciando matéria já publicada no número 122 (1995/1) da "Revista de Educação Física".

Vejamos o que recomendar:

1 - Inclusão, por parte das escolas superiores de comunicação, da disciplina jornalismo esportivo (ou comunicação esportiva) em seus currículos de graduação, com cargas horárias de no mínimo 30 h/aula.

2 - Realização de cursos de pós-graduação, em nível de especialização, na área de comunicação esportiva, com aulas ministradas por professores ligados à Comunicação e à Educação Física, portadores de formação em nível de mestrado e doutorado, ou com titulação de notório saber.

Nesta proposta, o curso de especialização se dividiria em três setores:

INFORMAÇÃO E ESPORTE - Futebol de campo, futsal, voleibol, basquetebol, natação, pólo-

aquático, atletismo, ginástica artística, ginástica rítmica, tênis, remo, iatismo, artes marciais e informação esportiva.

FUNDAMENTOS DO ESPORTE - Epistemologia do esporte; organização e assessoramento nos esportes; sociologia do esporte; medicina esportiva.

JORNALISMO ESPORTIVO - Noticiário esportivo; crônica esportiva; transmissão esportiva; imagem do esporte.

3 - Cursos de curta duração com a participação de especialistas no assunto, para repórteres esportivos, versando sobre informações básicas a respeito do Olimpismo, em sua parte filosófica e operacional (abordagem sobre esportes e Jogos Olímpicos de Verão e Inverno).

4 - Publicação de periódicos capazes de resgatar a memória olímpica em todos os seus aspectos, deixando de lado o noticiário e dando prioridade às raízes do Movimento Olímpico, aproveitando tudo aquilo de belo que esta manifestação propicia.

5- Convém preservar a influência dos meios de comunicação em seu aspecto esportivo, utilizando-os em campanhas benéficas que divulguem políticas corretas de nutrição e da prática esportiva.

Endereço para correspondência:

Av João Luiz Alves, s/n
Fortaleza de São João - Urca - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22291-090
e-mail: jmcapinussu@hotmail.com

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOURDIEU P. Sur la television (suivi de L'empire du journalisme). Paris: Liber Éditions, 1997.

CAPINUSSÚ JM. O esporte e a influência dos meios de comunicação. Revista de Educação Física 1995; 122.

FREIRE P. Pedagogia da autonomia; saberes necessários à prática educativa. 10ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.