



# MUNICÍPIO DA ESTÂNCIA BALNEÁRIA DE PRAIA GRANDE

Estado de São Paulo  
SEDUC - Secretaria de Educação

## ATIVIDADE 06 – Segundo semestre

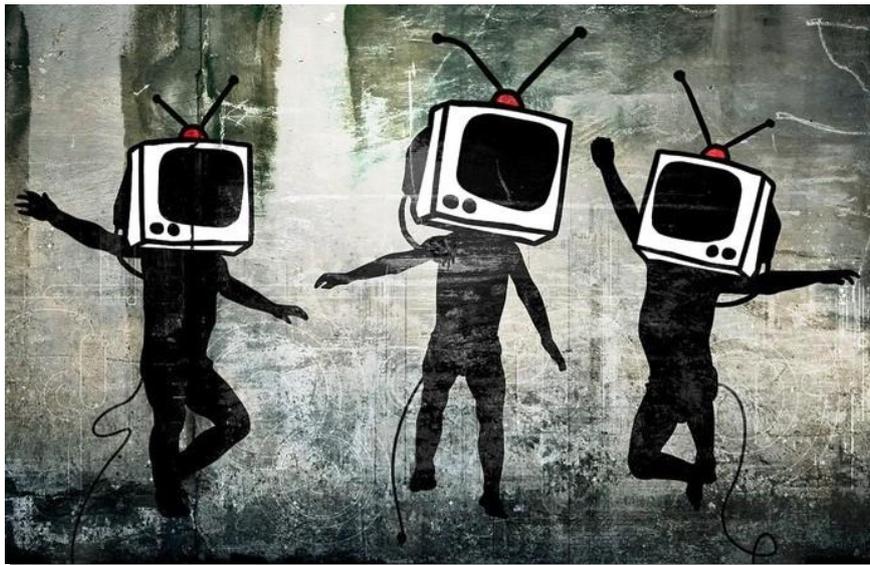
### PONTE DO SABER



Disciplina: Educação Física

1º a 3º série do Ensino Médio (EJA)

#### Meios de comunicação *versus* esporte



Os meios de informação/comunicação (mídias) podem exercer influência constante e decisiva na cultura, inclusive quando tratam de esporte. Mesmo com a adesão maciça da internet e as redes sociais, a televisão ainda é a mídia mais influente, por agregar o maior número de pessoas. Neste contexto, os programas e eventos esportivos são muito importantes, pois alavancam a audiência das emissoras e geram lucros tanto para os canais quanto para os anunciantes, que divulgam produtos e serviços por meio da publicidade. Embora o esporte seja o ponto central dos programas, os demais componentes (os sons, músicas, narração e efeitos) são especialmente desenvolvidos para atrair a atenção do telespectador (que também é um consumidor em potencial). Os programas e campeonatos esportivos assumem a característica de um autêntico *show*. Os atletas também fazem parte do “espetáculo”. *A imagem do “campeão”, por meio da publicidade, alia-se a ideia de quem é melhor que todos os outros e que merece a preferência na escolha e no consumo de determinado produto pelo público.* A identificação com o ídolo esportivo manifesta-se nos torcedores pelo desejo de adquirir objetos, de consumir produtos que tenham a marca ou a aprovação do “campeão”. Assim, publicidade veiculada pelas mídias faz uso dos personagens esportivos criados para vender. Os atletas e equipes são figuras de

destaque na mídia e, enquanto forem campeões, têm espaços assegurados nas campanhas publicitárias.

O esporte é um grande, e quase sempre bem sucedido, investimento financeiro. Para a mídia em geral, o esporte é uma fonte inesgotável de notícias, de público e de lucro. Nesta perspectiva, os valores oriundos do esporte são fomentados de forma superficial ou lançados para segundo plano. Ainda, desenvolvem-se privilégios a determinados tipos de modalidades (o futebol é o exemplo clássico) em detrimento a esportes “menos consumidos”, que nem sequer são mencionados pela mídia. É necessário que a mídia de modo geral incentive as pessoas a discutirem mais sobre os esportes e compreender o seu real sentido e não se restringir a simples exibição de imagens sem o conteúdo reflexivo, crítico e questionador.

Fonte: adaptado de:

<https://home.unicruz.edu.br/mercosul/pagina/anais/2012/Linguagens%20e%20desenvolvimento%20socio-cultural/artigos/a%20influencia%20do%20esporte%20na%20midia%20e%20no%20desenvolvimento%20da%20sociedade.pdf> e [http://www.rc.unesp.br/ib/efisica/motriz/01n2/1\\_2\\_Vani.pdf](http://www.rc.unesp.br/ib/efisica/motriz/01n2/1_2_Vani.pdf)

1. Em acordo com o texto, assinale as alternativas corretas:
  - a. Os meios de comunicação (mídias) utilizam prioritariamente os programas e eventos esportivos como forma de promoção de valores relacionados aos esportes;
  - b. Por meio das mídias, os programas e campeonatos esportivos assumem características de *shows*;
  - c. O apoio das mídias facilita o consumo de produtos e serviços que se relacionam diretamente com o ídolo esportivo;
  - d. É considerado meio de comunicação (mídia) somente a televisão;
  - e. A internet e as redes sociais também podem ser consideradas meios de comunicação;
  - f. A mídia comumente privilegia determinadas modalidades esportivas, como o futebol;
  - g. Os meios de comunicação encaram o esporte em geral como uma forma gerar lucro;
  - h. A televisão ainda é o meio de comunicação (mídia) mais influente;
  - i. O principal objetivo dos programas e campeonatos esportivos disponibilizados, especialmente pela televisão, é o de promover a leitura crítica sobre o esporte;
  - j. A internet não se enquadra como um meio ou veículo de comunicação.