

● **Jocimar Daolio y Cinthia Lopes da Silva**
Brasil

Educar la mirada: una experiencia de lectura del deporte televisivo en Brasil

Viewing comprehension: an educational experience
interpreting television sports from Brazil

Este trabajo discute la experiencia de enseñanza como práctica social privilegiada para la comprensión de los significados atribuidos al deporte por la televisión. Parte referencial sociocultural para fundamentar una acción pedagógica realizada con futuros profesores de Educación Física de Brasil. Por la lectura de la transmisión televisiva de un campeonato de baloncesto femenino fue identificado el «juego» de significados difundidos por la televisión brasileña, influenciando la construcción de cierta ética y estética del fenómeno deportivo contemporáneo. En ese proceso, los alumnos pudieron identificar la transformación del deporte en tele-espectáculo y comprender la significación de los elementos de cultura por los medios de comunicación.

This paper discusses the educational experience as a privileged social practice for the comprehension of the meaning of sport in television. We base our socio-cultural approach on a pedagogical action carried out with future Physical Education teachers from Brazil. They identified, through the reading of the television broadcast of a women's basketball championship, the play on meanings spread by the Brazilian television, thus influencing the construction of certain ethics and aesthetics of the present-day sports phenomenon. In such a process, the students were able to identify the transformation of sport into a «TV-show» and to comprehend the process of signification of cultural elements by the media.

Experiencia de enseñanza, deporte por la TV, Educación Física.
Educational experience, sport on TV, Physical Education.

Os discursos produzidos pelos meios de informação são elementos que influenciam os sujeitos na construção de modos de ser e viver em sociedade. Os significados produzidos por tais instituições são orientados por uma ideologia que impulsiona a cultura de consumo, compondo certa ética e estética predominante na atualidade. Exemplo disso são sociedades como a que se vive onde o individualismo e a competição são valores que prevalecem nas relações humanas. O acesso ao debate e aos diferentes pontos de vista sobre essa temática pode viabilizar a realiza-

❖ **Jocimar Daolio** é professor da Universidade Estadual de Campinas (FEF/UNICAMP, Brasil) e coordena o Grupo de Estudo e Pesquisa Educação Física e Cultura (GEPEFIC) (jocimar@fef.unicamp.br); **Cinthia Lopes da Silva** é bolsista CAPES, membro do GEPEFIC (cinthiasilva@uol.com.br).

ção de leituras com certo grau de elaboração por parte dos sujeitos, gerando, por parte dos mesmos, a produção de múltiplos sentidos aos fatos da vida, em contínuo processo de seleção de informações e de construção de conhecimento.

A compreensão dos significados transmitidos pela mídia acerca da saúde, do trabalho, do lazer, do esporte e do corpo na educação formal e nos cursos de formação profissional, poderá ser uma forma de revisão de valores. A contínua construção de conhecimentos, viabilizada pelo acesso aos múltiplos olhares por parte dos sujeitos à dinâmica cultural e aos problemas sociais poderá favorecer-lhes no sentido de ampliarem suas escolhas e opções na vida.

Os sujeitos inseridos em cursos de formação de professores, em sua ação pedagógica futura, realizarão certas mediações pedagógicas, lidando de maneira específica com as influências que circulam na vida social e com os conhecimentos prévios de seus alunos. Portanto, é fundamental que, ao longo do processo de formação profissional, tenham possibilidade de exercitar a leitura de informações e imagens transmitidas pela mídia e, particularmente, pela televisão, instituição que tem como característica a difusão de significados atribuídos aos fatos e práticas sociais, transformando as relações de espaço e tempo, de maneira a atingir e influenciar diferentes grupos e sociedades. É com esse intuito que este artigo apresenta uma experiência de ensino realizada no Brasil junto a estudantes de um curso de Educação Física de instituição pública.

No contexto social brasileiro, vários autores da área da Educação como Maria Luiza Belloni e Educação Física (Mauro Betti, Giovanni Pires dentre outros) têm se voltado para o presente tema e para as implicações das produções da mídia na contemporaneidade. Ainda há que se fazer referência aos estudos clássicos dos teóricos da «Escola de Frankfurt», de Pierre Bourdieu, de Walter Benjamin, de Mikhail Bakhtin e de contemporâneos como John Thompson, Maximo Canevacci, e Juan de Pablos Pons, que são importantes contribuições de autores europeus para a construção de olhares e interpretações qualificadas no sentido de compreensão do discurso da mídia. Esses autores, por mais diferentes que sejam suas bases teóricas, partem de um eixo sócio-cultural e seus estudos são referências para a elaboração de práticas educativas que se proponham à compreensão do discurso midiático e a construção de valores a favor da coletividade.

Com base nas referências de autores brasileiros e europeus, estudiosos do discurso da mídia na difusão dos elementos da cultura, pode-se construir ações pedagógicas com o intuito de «leitura» das imagens e mensagens difundidas pela televisão, identificando sentidos, formas e o papel dos sujeitos diante de tais informações. O tema «esporte», fenômeno social amplamente difundido pela televisão é diariamente foco da instituição mídia. Fala-se sobre a vida dos atletas, a relação dos mesmos com o clube, com a equipe, com o patrocinador. Há um jogo de relações (de poder) entre emissoras, jornalistas, patrocinadores na transmissão de jogos, como pode-se notar em período de Olimpíadas, por exemplo. As grandes marcas de indústrias (Coca-cola, Adidas, Nike etc.) tem seus logotipos junto aos arcos olímpicos, como ocorreu nos Jogos Olímpicos de 2004, patrocinados pela «Coca-Cola» e como será em 2008, com o patrocínio da multinacional «Johnson & Johnson», transformando os Jogos Olímpicos em mercadoria e propaganda para as grandes empresas e ganhando grande visibilidade quando vistos pela televisão (Bourdieu, 1997). As relações estabelecidas entre patrocinadores e emissoras na transmissão dos esportes em geral, tal como das organizações como o Comitê Olímpico Internacional (COI), põem em circulação discursos, gerando certa compreensão por parte dos telespectadores.

Como os sujeitos, futuros professores, compreendem os significados atribuídos ao esporte difundido pela mídia e, em particular, pela televisão? Quais as possibilidades da aula, pela construção de ações pedagógicas nos cursos de formação superior, viabilizar a produção de múltiplos sentidos por parte de tais sujeitos, contribuindo para que os mesmos tenham acesso ao debate sobre tais influências na atualidade? Como construir uma ação pedagógica que torne possível o acesso dos alunos à compreensão dos elementos da cultura, identificando a complexidade que os envolve e as implicações para a vida social, em constante e contínuo pensar sobre a construção de seus papéis como professores? Essas foram questões que guiaram a realização de uma experiência de ensino junto a estudantes do curso de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) do Brasil, durante o segundo semestre de 2006. Os pressupostos que orientaram a elaboração das ações pedagógicas, a forma como ocorreu a mediação pedagógica e a maneira como os alunos realizaram a leitura de um campeonato de basquetebol feminino de repercussão mundial, serão os pontos a serem desenvolvidos no transcórre deste artigo.

1. A experiência de ensino junto a estudantes de Educação Física do Brasil

A realização de uma experiência de ensino com alunos inseridos em um curso de Educação Física da UNICAMP ocorreu via a disciplina «Pedagogia do Esporte III», oferecida em um momento do curso (quarto semestre)

em que os alunos ainda não fizeram a opção pelo Bacharelado (formação para a atuação no âmbito não escolar) ou Licenciatura (formação para a atuação na escola), compondo, portanto, um bloco de disciplinas básicas do currículo do curso. A referida disciplina teve como objetivo viabilizar o acesso aos futuros professores de respaldo teórico e metodológico para o ensino do «Esporte Coletivo».

O tema «Esporte e Mídia» seria o último tema a ser discutido de um bloco de aulas que compunha a construção de conceitos e debates sobre temas polêmicos relacionados ao esporte como: «Esporte e Doping», «Esporte de Alto Rendimento» e «Esporte de Lazer», «Esporte e Capitalismo», «Esporte e Política». A disciplina foi planejada iniciando-se por um bloco de aulas que tratariam dos temas acima apresentados e de um outro voltado à metodologia do ensino do Esporte Coletivo. Durante todo o processo, foi priorizada a participação conjunta dos alunos na construção e debate sobre os temas selecionados.

Para a construção da aula sobre «Esporte e Mídia», o grupo de alunos responsável por tal temática se dispôs à participação em encontros regulares em dias e horários extra-aula com a professora auxiliar da disciplina, participante do Programa de Estágio Docente (PED) oferecido pela universidade. Esse tema, em particular, tinha relação com seus estudos de doutorado e seria uma oportunidade para a troca e construção de conhecimentos tanto dos alunos do curso de graduação como para a professora auxiliar e seus estudos.

A previsão era de que os alunos participassem de encontros fora do horário regular das aulas junto com a professora auxiliar e que, ao final de quatro semanas, conseguissem elaborar um material didático ou a construção de uma discussão com a turma toda sobre tal temática. O grupo responsável foi composto por dez alunos. No entanto, ao longo dos encontros esse grande grupo foi subdividido em dois, um responsável pela produção de um vídeo que contribuísse para a discussão do tema e outro que trabalharia conceitos e noções básicas sobre o esporte transmitido pela mídia. É com base no desenvolvimento do trabalho com esse segundo grupo que se encaminha a presente discussão. Nos encontros realizados, considerou-se como central o conceito de «compreensão» em Mikhail Bakhtin, esse autor coloca o sujeito em primeiro plano no processo de compreensão dos discursos na vida social e afirma que o ouvinte sempre toma uma posição responsiva no processo de compreensão dos significados que circulam em seu meio –concordando, refutando, fazendo contrapontos– construindo seu papel de sujeito (Bakhtin, 1990). Além disso, quatro pressupostos nortearam a realização do trabalho:

- A experiência de ensino é um acontecimento inter-subjetivo, ou seja, é construída pela produção de significados entre professores e alunos;
- O encontro e confronto de conhecimentos entre professores e alunos é o que mobiliza a produção e atribuição de novos significados aos fatos sociais;
- O esporte, fenômeno social a ser discutido e compreendido, compõe um elemento da cultura, portanto, trata-se de patrimônio da humanidade que será atualizado pelos sujeitos participantes da ação pedagógica;
- A experiência de ensino poderá viabilizar a leitura do esporte difundido pela mídia, gerando a produção de múltiplos sentidos a esse elemento da cultura.

Com os pressupostos apresentados e o foco na compreensão do discurso da mídia referente ao esporte, foi iniciada a construção do trabalho junto aos alunos, futuros professores de Educação Física do Brasil. A seqüência de encontros com o grupo foi mediada pelo encontro e confronto de conhecimento com os sujeitos participantes e as discussões eram iniciadas por alguma pergunta como: o que é a mídia?, como o esporte é transmitido pela mídia?, Qual modelo de esporte é predominante na difusão do esporte pelos meios de informação? Ou, por idéias que ficaram inconclusas no encontro anterior, sendo trazidas novamente para discussão.

Na troca de sentidos entre professora e alunos acerca do esporte difundido pela mídia e, levando em consideração as referências prévias dos alunos, foi realizada a mediação pedagógica com a introdução de alguns conceitos básicos sobre como se dá a transformação dos elementos da cultura por tal instituição. Para isso, partiu-se de duas perspectivas teóricas: 1) a de transformação dos elementos da cultura em produto da «Indústria Cultural», noção clássica dos autores conhecidos como «Escola de Frankfurt», pioneiros nos estudos sobre a transformação da cultura pelos meios de informação; 2) uma perspectiva interpretativa, tendo como base as idéias de John B. Thompson e a noção de «mediação» da cultura moderna.

Os teóricos da «Escola de Frankfurt»¹ defendem a idéia de que os elementos da cultura, como a arte, ao serem difundidos pela indústria cultural (termo clássico que diz respeito à reprodução da arte pela técnica), são transformados em mercadoria e, com isso, perdem sua qualidade (ou o sentido) de arte, de expressão humana (Adorno, 1986). Esses autores trabalham certa noção de ideologia difundida por tal instituição que abrange todas as camadas sociais, reproduzindo a ideologia capitalista e o incentivo ao consumo.

No Brasil, há autores que têm desenvolvido pesquisa junto a estudantes de cursos de Educação Física com o propósito de compreensão dos sentidos difundidos pela mídia acerca da cultura corporal de movimento², dentre os quais, destaca-se os estudos de Giovani Pires. O autor parte das idéias dos teóricos da Escola de Frankfurt para problematizar a questão da mediação da cultura pelos meios de informação, conduzindo os sujeitos à Semiformação Cultural. Os bens culturais, ao serem massificados, são transformados em mercadoria, restringindo a potencialidade dos sujeitos de superação de um 'não-saber' e contribuindo para a construção de um 'semi-saber', de maneira que tal processo dificulta a reflexão crítica (Pires, 2003).

Outra referência apresentada ao grupo participante da experiência de ensino foi a do sociólogo inglês John B. Thompson e de suas argumentações sobre a mídia e a cultura moderna. O desenvolvimento dessas indústrias, intensificadas sobretudo a partir do século XIX, são transformações que estão inter-relacionadas à construção da ideologia em relação à cultura moderna. Para o autor (Thompson, 1995), o problema da concepção de ideologia de alguns autores da Escola de Frankfurt é o entendimento da mesma como um tipo de «cimento social» que gera uma recepção passiva por parte dos sujeitos diante as mensagens difundidas. Nesse caso, os sujeitos estariam sempre submissos à ordem social e política predominante. Outro ponto de sua crítica é a ausência de evidências de que a recepção dos produtos da indústria cultural levem os sujeitos necessariamente à reprodução da realidade social. Essas críticas foram atribuídas aos estudos iniciais da Escola de Frankfurt, desenvolvidos, sobretudo, por Adorno e Horkheimer.

O mesmo autor (Thompson, 1995) parte das idéias de Pierre Bourdieu e entende ideologia como o sentido a favor da sustentação e/ou estabelecimento de poder. Elabora também um conceito de cultura, denominado «concepção estrutural», que afirma a unidade de sentido e contexto social das formas simbólicas. Esse conceito é importante para uma ação pedagógica que considere o contexto específico em que os sujeitos envolvidos fazem parte, tal como das informações que chamam a atenção de seus atores sociais, contribuindo para a seleção de conteúdos a serem desenvolvidos em aula.

A construção desses conceitos norteadores como ação mediadora nos encontros com os participantes da experiência de ensino possibilitou a identificação de relações entre o esporte transmitido pela mídia e os valores sociais. Como exemplo, em um dos encontros, os estudantes afirmaram que a mídia promove e dá visibilidade ao esporte, possibilitando aos diferentes sujeitos sociais o conhecimento sobre regras e características das diferentes modalidades esportivas. A discussão dos conceitos sobre o que é a «indústria cultural», partindo dos autores frankfurtianos e do processo de «mídiação» da cultura, com base em John Thompson, fez contraponto a essa idéia apresentada. Uma linha de argumentação foi o questionamento de que tipo ou modelo esportivo a mídia difunde, na tentativa de ressaltar a associação entre valores como o individualismo e a competição, predominantes nas sociedades da atualidade e também no esporte de alto rendimento. Foi colocado para os alunos também implicações desse modelo esportivo como sendo referência única. Destacou-se como fator principal a geração de preconceitos e a restrição ao elemento da cultura esporte, por parte dos sujeitos, já que somente uma minoria têm condições de atingir os elevados índices de rendimento solicitados no esporte de alto nível. Outra linha argumentativa foi identificar o processo de transformação do esporte em «tele-espetáculo». A presença de elementos como a marca de certos produtos associadas ao esporte, os contratos televisivos para a exibição dos jogos esportivos e forma como o esporte é noticiado e difundido pelas diferentes mídias é exemplo disso.

Na elaboração dos argumentos apresentados na mediação pedagógica foi dado como exemplo os jogos que estavam sendo transmitidos do Mundial de Basquetebol Feminino 2006, ocorrido no Brasil na época. Esse campeonato gerou certa mobilização na Faculdade de Educação Física e ganhou grande visibilidade das mídias brasileiras em geral, sendo os jogos transmitidos, por exclusividade, por uma das principais empresas televisivas do Brasil, a Rede Globo de Televisão. Esse exemplo gerou uma discussão junto ao grupo de estudantes sobre a mídia televisiva em particular, e contribuiu para ressaltar elementos que caracterizam a transformação do esporte em tele-espetáculo.

Ainda com base em Thompson (1998) foram destacadas características da mídia televisiva: 1) com as transformações ocorridas nas indústrias da mídia a partir do século XIX, a televisão é uma instituição privilegiada em termos de publicidade e visibilidade a eventos ou acontecimentos, considerando que antes de sua existência os eventos ou acontecimentos só podiam ser vistos em co-presença; 2) o campo de visão criado pela televisão é completamente diferente do campo de visão dos sujeitos em seus contatos diários. Há uma certa construção e intenção do que é transmitido dificultando questionamentos, contrapontos, como ocorre nas relações cotidianas. As formas simbólicas transmitidas atingem diferentes sociedades, sendo que os receptores recebem as informações sem participar

de sua produção, que envolve uma construção de seleção de conteúdo, cena, ângulo etc; 3) a «direcionalidade» da visão. Há uma relação de visibilidade e invisibilidade entre produtores e receptores.

Essas características da publicidade mediada pela televisão vão ao encontro das idéias apresentadas por Mauro Betti, professor de Educação Física brasileiro e pesquisador. O autor (Betti, 1998) propôs-se a interpretar o esporte televisionado, partindo do referencial teórico-metodológico da fenomenologia hermenêutica de Paul Ricoeur para analisar e reconstruir o discurso televisivo sobre o esporte. Para o autor, a televisão tem uma «estrutura» diferente da linguagem oral e escrita e, portanto, um modo de recepção e de «leitura» (interpretação) diferente, de maneira evidente e total, fala direto ao emocional, dificultando a consideração da complexidade que envolve os conteúdos transmitidos. Embora o referido autor reconheça que as características da televisão diferem de outros meios técnicos, propõe que seja lida como um texto, composto por imagem e linguagem a ser interpretada. O conteúdo transmitido é construído a partir de certa estrutura de significados, de uma interpretação prévia dos eventos, realizada por parte dessa instituição. Em sua análise do discurso esportivo pela televisão, identificou «o anúncio publicitário» e a «falação», como elementos a serem considerados na leitura das transmissões televisivas.

No «anúncio publicitário», associa-se qualidades dos atletas às de produtos como incentivo para o consumo. No sentido de valorizar o produto pela associação com a idéia de força, rapidez, agilidade, desempenho, rendimento, busca pela vitória, sucesso, destaque pessoal, valores e características do esporte de alto rendimento.

A «falação», outra categoria destacada para a análise do esporte televisivo, refere-se a um tipo de informação sobre tudo o que envolve o esporte (informa e atualiza; promete; critica; discute temas como violência e dinheiro; introduz determinados termos de linguagem tecnológica e científica ao grande público). Pela falação televisiva sabe-se quem ganhou, quem perdeu; sobre tudo da vida particular dos atletas; quem é o ídolo, quem é o gênio; faz promessas, de emoções, vitórias, gols.

Com esse acúmulo de discussões teóricas no transcórrer dos encontros e com a proximidade da data para o grupo compartilhar com os demais alunos as noções trabalhadas, foi proposto o preparo de uma discussão centrada no esporte transmitido pela mídia televisiva e de suas características usando, para isso, o exemplo de um dos jogos transmitidos do Mundial de Basquetebol Feminino 2006. O grupo partiu dos conceitos, mediações pedagógicas realizadas, leitura dos textos: «Indústria cultural, esporte e mídia: faces ocultas do poder simbólico», de Pires & Ribeiro (2004) e do capítulo «Esporte em close», do livro *A janela de vidro*, de Betti (1998)—como exemplos de trabalhos que se propuseram a fazer uma «leitura» qualificada do esporte difundido pelos meios de informação— e análise de um dos jogos do Mundial de Basquetebol Feminino, para a preparação de uma dinâmica referente ao tema «Esporte e Mídia».

O grupo de participantes da experiência de ensino propôs para a turma toda uma dinâmica de «leitura» do esporte televisivo, enfatizando os seguintes tópicos:

- A apresentação do problema da transmissão televisiva do elemento da cultura esportiva, enfocando o fato da produção de significados atribuídos a tal fenômeno social, o acesso a uma informação que dificulta questionamentos e direciona o olhar do telespectador, gerando a construção de um «semi-saber». Para isso, a discussão iniciou-se por perguntas como: o que é o esporte televisivo? Como a transmissão ocorre? Qual o problema do telespectador ter como referência de esporte somente o que a televisão transmite?

- A narrativa televisiva como elemento que orienta o telespectador na construção do fenômeno esportivo, propondo aos sujeitos um jogo de significados, de modo a centrar-se no fator das emoções. O grupo mostrou uma parte da transmissão televisiva do jogo Brasil X Lituânia, previamente gravado. Apresentou inicialmente sem som, perguntando ao grupo o que achavam do jogo. Isso gerou comentários como: «parece que falta algo», «acostumamos a ouvir a voz do locutor, mesmo que não diga coisas interessantes», oportunidade para o grupo enfatizar o elemento da narração como característica que orienta o telespectador na transmissão do esporte pela televisão, sendo parte importante da transformação do esporte em espetáculo televisivo.

- A construção das cenas. Com o desenvolvimento e sofisticação dos meios técnicos, o uso das câmeras propiciou à televisão certo tipo de visibilidade que dá a impressão de se ver a realidade e não uma construção do real (uma interpretação intencionalizada do real). Nesse tópico, o grupo deu como exemplo o jogo de imagens que dava a impressão de que o local onde o jogo ocorreu estava cheio de gente, esse dado foi refutado pelo grupo que usou como argumento o fato dessa informação ser diferente em outro tipo de mídia como em «sites» de internet que o grupo apresentou à turma. Outra linha de argumentação foi ressaltar a experiência pessoal de estar presente a um evento esportivo desse nível, da oportunidade de ver o jogo em sua unidade e não de modo fragmentado como se dá pelo jogo de cenas na transmissão televisiva.

• O esporte transformado em mercadoria ao receber patrocínio das grandes empresas e a televisão como espaço privilegiado para a visibilidade dessa associação. O grupo pontuou o elemento da logomarca «McDonald's» na quadra e na composição da transmissão televisiva, ressaltada principalmente quando ocorria um lance-livre³. A logomarca em grande tamanho aparecia embaixo dos dois garrafões. Foi também comentado por parte do professor responsável pela disciplina que a localização da logomarca na quadra, dificultava a identificação do limite da linha de lance livre, vista pela televisão. Essa observação reforçou a crítica elaborada pelo grupo que estava apresentando a discussão. Esse exemplo de «leitura» da transmissão televisiva do esporte expressa a transformação do esporte em tele-espetáculo, implicando certa ética e estética na vida social. O esporte, sendo elemento construído pela cultura humana, quando difundido pela televisão é re-significado, atendendo aos interesses centrados no incentivo ao consumo, à competição e a individualismo, valores que são predominantes em contextos de sociedades como a que se vive. Nesse cenário social, onde a televisão re-significa a cultura, a experiência de ensino constitui-se como um espaço privilegiado para a construção de conhecimentos, revisão de valores e produção de novos sentidos, viabilizando questionamentos aos futuros professores e aos sujeitos inserido nas diferentes instâncias de ensino. A compreensão do discurso da mídia nos cursos de formação de professores é uma maneira de valorização dos sujeitos na vida social e de compromisso com o coletivo.

Referências

- ADORNO, T.W. (1986): «A indústria cultural?», em COHN, G. (Org): Theodor W. Adorno: sociologia. São Paulo, Ática.
- BAKHTIN, M. (1990): *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. 9. ed. São Paulo, Hucitec.
- BETTI, M. (1998): *A janela de vidro: esporte, televisão e educação física*. Campinas, Papirus.
- BOURDIEU, P. (1997): *Sobre a televisão*. Oeiras, Celta Editora.
- PIRES, G. (2003): «Cultura esportiva e mídia: abordagem crítico-emancipatória no ensino de graduação em Educação Física», em BETTI, M. (Org.): *Educação Física e mídia: novos olhares, outras práticas*. São Paulo, Hucitec; 19-44.
- RIBEIRO, S.D.D. e PIRES, G.L. (2004): *Indústria cultural, esporte e mídia: faces ocultas do poder simbólico*. Criciúma/SC, II Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte.
- THOMPSON, J.B. (1995): *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 5. ed. Petrópolis, Vozes.
- THOMPSON, J.B. (1998): *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 4. ed. Petrópolis, Vozes.

Notas

- 1 Termo atribuído a pensadores que cunharam termos como «indústria cultural» e «cultura de massa», primeiros estudiosos a desenvolverem críticas à ideologia das indústrias da mídia. Alguns de seus representantes são: Theodor W. Adorno, Max Horkheimer e Walter Benjamin.
- 2 Termo utilizado por alguns autores da Educação Física para se referir à parcela da cultura humana que trata do corpo e das manifestações corporais.
- 3 De acordo com a norma oficial da Federação Internacional de Basquetebol (FIBA), o lance livre é uma penalização por faltas pessoais. A equipe que sofre a falta tem direito a um ou dois arremessos parados próximos à cesta (lances livres) e, se a bola cair