



**GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE SANTO ANTÔNIO DE PÁDUA
SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO**



Aluno: _____
Escola: _____
Data: ____/____/____
Professor (a): _____

Ano de Escolaridade: 9º
Disciplina: Educação física

Semana 31: de 20 a 24 de setembro de 2021

Conteúdo(s) desenvolvido(s): Análise crítica da influência midiática nas modalidades esportivas

Motive-se! Aprenda! Vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=0J6BGckhU>

Você já deve saber que a indústria do esporte é um dos negócios mais lucrativos e atraentes deste século. Vale ressaltar que todo esse sucesso só é possível graças às parcerias firmadas com a mídia esportiva. Ora, sem os meios de comunicação seria quase impossível divulgar os patrocínios, expor os atletas e fazer com que os torcedores vivenciem o sentimento junto com os jogadores.

Afinal, a superexposição (muitas vezes em tempo real) é o fator principal para se construir o sentimento de paixão tão importante nesta indústria.

É fácil afirmar que a indústria esportiva não teria tanto sucesso se não fosse à mídia. Como todos sabem, o patrocínio é primordial para que os torcedores, eventos e times consigam se sustentar.

Por meio dos veículos de comunicação — principalmente a TV — os clubes conseguem negociar melhores contratos e patrocínios. Afinal, quem não quer ver a sua marca exposta no horário nobre de uma grande emissora?

Com a mídia tendo uma enorme influência sobre os patrocínios, financiamentos e divulgação do esporte, ela acabou se tornando uma das principais “tomadores de decisão” quando o assunto são competições.

Isso ocorre porque, para os clubes e eventos, é vantajoso fechar negócio com grandes mídias esportivas, principalmente em se tratando de TV aberta. No entanto, para que as transmissões ocorram, a imprensa acaba fazendo uma série de exigências.

Em 2011, por exemplo, a Superliga de Vôlei fechou um acordo com a Globo para a transmissão das semifinais da competição masculina. Para isso, porém, a emissora determinou que quatro jogos deveriam ocorrer em São Paulo.

Como vocês viram, a parceria entre a mídia e os esportes brasileiros é necessária para clubes e jogadores se manterem. Aliás, ela também é muito importante para nutrir a paixão pela torcida: são os veículos os responsáveis por levar informações interessantes aos torcedores, além de transmitirem todo o sentimento do atleta.

No entanto, é preciso cautela. Os profissionais que atuam na mídia esportiva devem ter noção da responsabilidade que carregam para evitar situações desagradáveis e até mesmo processos.

Em 2016, um áudio vazado do volante brasileiro Felipe Melo movimentou as redes. Segundo o jogador, a imprensa brasileira foi a responsável por ele ter ficado fora da seleção, já que não participava de programas e nem “bajulava” jornalistas.

Este ano, ele voltou a atacar à imprensa dizendo que a mídia “*ganha dinheiro para falar mal dos outros*”. Para evitar situações como essa, é muito importante ter cuidado com o que será divulgado e sempre checar a veracidade da informação. Além, é claro, de conhecer muito bem sobre o universo do esporte.

Atividades

1 – Com base nas informações obtidas, cite um exemplo de influência positiva e um exemplo de influência negativo da mídia nas modalidades esportivas.
