



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA - UniCEUB  
FACULDADE DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO E SAÚDE – FACES

Augusto Correia

**Análise da Interação entre Produção Audiovisual,  
Gestão Esportiva e Educação Física**

**Dia 19/11/2015, quinta-feira 11h**

**LABOCIEN 3**

**Banca examinadora**

**Prof. Dr. Marcelo Guimarães Bóia Nascimento**

**Prof. Msc. Sérgio Adriano Gomes**

**Prof. Msc. André Almeida Cunha Arantes**

Brasília  
2015

Augusto Correia

**Análise da Interação entre Produção Audiovisual,  
Gestão Esportiva e Educação Física**

Trabalho de conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial à  
obtenção do grau de Bacharel em Educação  
Física pela Faculdade de Ciências da  
Educação e Saúde Centro Universitário de  
Brasília – UniCEUB.

Orientador: Prof. Dr. **Marcelo Guimarães Bóia Nascimento**

Brasília  
2015

Augusto Correia

**Análise da Interação entre Produção Audiovisual,  
Gestão Esportiva e Educação Física**

Trabalho de conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial à  
obtenção do grau de Bacharel em Educação  
Física pela Faculdade de Ciências da  
Educação e Saúde Centro Universitário de  
Brasília – UniCEUB.

Aprovado em 19 de novembro de 2015.

**BANCA EXAMINADORA**

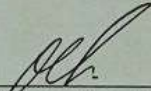
Orientador: Prof. Dr.  
**Marcelo Guimarães Bóia Nascimento**

Examinador: Prof. Msc.  
**Sérgio Adriano Gomes**

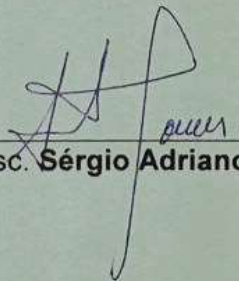
Examinador: Prof.º  
**André Almeida Cunha Arantes**

## ATA DE APROVAÇÃO

De acordo com o Projeto Político Pedagógico do **Curso de Educação Física do Centro Universitário de Brasília - UniCEUB**, o acadêmico **Augusto Correia** foi aprovado junto à disciplina do Bacharel **Trabalho de Conclusão de curso – Apresentação**, com o trabalho intitulado de **Análise da Interação entre Produção Audiovisual, Gestão Esportiva e Educação Física**.

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. **Marcelo Guimarães Bóia Nascimento**

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Msc. **André Almeida Cunha Arantes**

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Msc. **Sérgio Adriano Gomes**

**Brasília-DF, 19 de novembro de 2015**

## **RESUMO**

A ideia de trabalhar com imagens está ligada a história da civilização. Já nos tempos primitivos, o homem deixava suas impressões em forma de desenhos. Com o surgimento das tecnologias de audiovisual e suas possibilidades de produção e difusão, as sociedades passam a ter perspectivas diferentes sobre suas realidades, como por exemplo, as provenientes do mundo profissional esportivo. Esse estudo tem o objetivo de evidenciar a interação entre as realidades do campo de atuação da profissão Educação Física e as tecnologias atuais na área de vídeo produção e convergência multimídia. Essa pesquisa é caracterizada como um estudo longitudinal, que tem como foco as produções audiovisuais que retratam duas experiências distintas, relacionadas ao mundo da educação Física. Ficaram evidenciadas as possibilidades de produção áudio visual referente ao que foi abordado nas amostras escolhidas. Não devendo esquecer as demais possibilidades no campo de atuação profissional da Educação Física, que proporciona inúmeras áreas de atuação profissional, exigindo muito da criatividade do profissional. Nesse sentido, as tecnologias são importantes ferramentas norteadoras que contribuem significativamente com o profissional em busca de seus objetivos e resultados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Educação Física; Esporte; Tecnologias; Audiovisual.

## **ABSTRACT**

The idea of working with images is linked to the history of civilization. Already in early times, the man left his impressions in drawings. With the emergence of audiovisual technologies and their production and dissemination possibilities, companies now have different perspectives on their realities, such as those from professional sports world. This study aims to highlight the interaction between the realities of the field of physical education profession and current technologies in the field of video production and multimedia convergence. This research is characterized as a longitudinal study, which focuses on media productions that portray two different experiences related to the world of physics education. It was highlighted the possibilities for audiovisual production

concerning what was addressed in the selected samples. Should not forget the other possibilities in the professional field of Physical Education, which provides numerous areas of professional activity, requiring much of the professional creativity. In this sense, the technologies are important guiding tools that contribute significantly to the professional in pursuit of their goals and results.

**KEYWORDS:** Physical education; Sport; Technologies; Audiovisual.

## INTRODUÇÃO

Antes de entrar propriamente no objeto de estudo desta pesquisa, é preciso contextualizá-lo dentro de um campo de estudos que é a televisão ou produção audiovisual, como definiu o sociólogo francês Pierre Bourdieu:

“campo televisual, subcampo que hoje está englobado no campo jornalístico, mas a história da televisão deve-se a grandes matemáticos, físicos e pesquisadores pertencentes às ciências exatas, preocupados com a transmissão de imagens a distância, os quais entregaram para as ciências humanas um grande e poderoso veículo.” (BOURDIEU, 1997).

As transmissões por ondas eletromagnéticas, ou seja, ondas de radio transmissão possibilitaram, primeiramente, as transmissões de voz e posteriormente de imagens. Com a fotografia, a imagem pode ser capturada e reproduzida por meio de uma câmara escura fez com que a realidade fosse impressa com um tom maior de fidelidade. Os retoques, os ângulos, a luz influenciavam e ainda influenciam no resultado final. O cinema descobriu o princípio da recomposição do movimento a partir de uma série de imagens fixas, deu vida aos quadros parados e ficamos mais próximos da reprodução da realidade. Seus avanços proporcionaram o filme. (ALTOÉ, 2005).

Ainda segundo Altoé, a televisão herdou algumas características do radio, da fotografia, do cinema, mas sua proximidade com o tempo presente, sua praticidade de estar dentro de um lar, deram possibilidades a tornar esse, o meio mais poderoso de transmissão de informações, ideias e ideais. Podemos dizer que a televisão cumpre um papel social importante, cumpre e às vezes mais eficiente que qualquer outro.

O surgimento e evolução da mídia no Brasil e no mundo nos permite entender a história e o desenvolvimento da humanidade, assim como seu comportamento. A

mídia de um modo geral, superou suas fases de desenvolvimento e esta evolução aconteceu em grande parte, devido ao desenvolvimento das economias nas sociedades, que a utilizavam. (MIRANDA, 2007).

No Brasil, a televisão nasce e cresce moldada ao desenvolvimento e às políticas oficiais adotadas pelo estado, logo, este veículo não deve ser analisado de forma independente do contexto no qual está inserido. Ocorreu durante o período de crescimento industrial do país e esteve influenciado pelo sistema social, político e econômico. (MATTOS, 2000).

Hoje um conjunto de instrumentos, ferramentas e recursos tecnológicos, disponibilizam aos cidadãos pelo mundo, meios de comunicação como uma televisão conectada ao wifi, realizando algumas das funções de um computador conectado a internet, os quais possuem uma quantidade nunca antes imaginada de informações e de serviços disponibilizados online. (MIRANDA, 2007).

Em determinado momento de minha carreira profissional, mais especificamente em 2003, já ao fim de cinco anos de experiência como atleta de rendimento na modalidade ciclística mountain bike down hill e em transição para a atuação em gestão e promoção de eventos e competições da mesma modalidade, me deparava constantemente com a necessidade de investir na publicidade e divulgação, tanto como atleta, assim como para produzir os eventos que realizava. Nessa época, tínhamos como ferramentas disponíveis, sites com fotos na web “a cabo ou discada”, panfletos impressos, Rádio, um e outro jornal impresso local e ausência das emissoras de televisão, que não viam demanda na nossa modalidade.

Em meio a essa realidade, já prevendo as possibilidades que a web um dia viria nos fornecer, decidi buscar informações e unir recursos com intuito de produzir algum vídeo. Com uma filmadora amadora jvc hi-8, procedi às gravações das imagens que seriam editadas para o primeiro vídeo promocional meu como atleta, e logo em seguida, investi na produção dos vídeos promocionais para competições que realizava.

A realidade atual nos permite possibilidades de convergência dos formatos atuais de produção audiovisual. (PASSOS, 2012).



Na época, mesmo sem recursos dignos de uma produtora, gravei, editei e transformei o website que já era utilizado, no principal canal de veiculação dos documentários produzidos. Nesses últimos doze anos foram 16 documentários produzidos, todos com tema esportivo.

Segundo Costa, que afirma a importância das novas produtoras regionais favorece o surgimento de novos agentes no cenário regional e mundial, assim como o surgimento de novos gêneros televisivos. As possibilidades atuais para distribuição e veiculação dos conteúdos contrastam com fases anteriores.

Segundo Solberg, essas intensas transformações tecnológicas, foram fatores determinantes que facilitaram a vida em diversos âmbitos da sociedade, as quais hoje são sem dúvida as principais ferramentas para esse caso específico de publicidade de eventos, pela web, pois estimula o recrutamento para a prática do esporte e também contribui para aumentar as receitas de patrocínio.

As Tecnologias da informação e a evolução tecnológica contribuem com melhores serviços na distribuição de internet, nos permitindo “baixar” vídeos “pesados”, suportados por plataformas e hospedagens que garantem a taxa de transferência para inúmeros usuários ao mesmo tempo em áreas geográficas diferentes. A indústria tem crescido de tal forma que os fãs de esportes agora têm acesso 24 horas ao entretenimento de esportes através de uma ampla variedade de meios de comunicação, onde a televisão agora enfrenta forte concorrência de sites da Internet, (NESBIT, 2010).

Hoje existem equipamentos de gravação portáteis, repletos de adjetivos (a prova d'água, full hd, pagamento facilitado, enfim...), já capazes de registrar imagens com resolução 4K, a qual já é utilizada pelas emissoras de televisão no mundo. Outro fator determinante são os hardware's e software's de transmissão e de edição de vídeo disponíveis, que garantem transmissões ao vivo ou uma “edição de cinema” a partir de uma filmadora e um laptop, com formatos de saída bastante flexíveis, atendendo desde a tela de cinema, os aparelhos de televisão e até smartphones. As emissoras de televisão foram obrigadas a ressignificar seus valores

relacionados à transmissão ao vivo, em virtude das novas tecnologias 3G e 4G, que oferecem plataformas consistentes para transmissão de audiovisual, direcionada para smartphones, tablets, entre outros. (AFFINI, 2011).

## **IRREDUTIBILIDADE DOS SISTEMAS DE EXPRESSÃO**

A principal característica da análise do audiovisual é a constante divergência dos meios de expressão: a metalinguagem (verbal) difere da linguagem objeto (televisiva). A análise literária leva uma vantagem sobre a maioria das outras pelo fato dela se fazer com os mesmos signos das obras sobre as quais se debruça. Há incompatibilidades na transcrição da citação, pois não há como analisar, a título de citação, os trechos audiovisuais de que se está falando. Fotos fixas, fragmentos do roteiro e eventualmente imagens de filme já foram utilizados, mas há desvantagem de não poder contar com o próprio discurso sobre o qual fala. O problema da irredutibilidade de um sistema de expressão a outro: como qualquer produto audiovisual, não pode ser inteiramente traduzido para o discurso verbal. Por essa razão, é preciso que a análise considere que mesmo quando eficiente, ela não pode almejar mais que o diagrama da obra analisada, algo assim como um mapa abstrato de seu funcionamento como produção de sentido. (MACHADO, 2007)

## **OBJETIVO**

Tem o objetivo evidenciar a interação entre as realidades do campo de atuação da profissão Educação Física e as tecnologias atuais na área de vídeo produção e convergência multimídia, além de analisar as possibilidades de pré-produção, produção e veiculação, no sentido de viabilizar conteúdos diversificados e acessíveis ao público de interesse afim.

## **MATERIAIS**

Para a produção audiovisual, foi elaborado o roteiro, foram produzidas as imagens durante os eventos, cursos e palestras, gravadas em formato mpeg e hd de

720X1280, os áudios originais das gravações em 16 e 32 bits, sobreposição de música mp3, logomarcas, textos, legendas, também edição final de todo conteúdo selecionado.

## **AMOSTRAS**

Vídeo release sobre intercambio entre University of North Carolina at Chapel Hill e curso de Educação física do Uniceub.

Edição de número 3, do extinto programa esportivo Vídeo Magazine.

## **MÉTODOS**

Esta pesquisa é caracterizada como um estudo longitudinal, que tem como foco as produções audiovisuais que retratam duas experiências distintas, relacionadas ao mundo da educação Física.

Primeiro a dos alunos e professores do curso de Educação Física do Uniceub, nas viagens de intercambio estudantil para University of North Carolina in Chapel Hill, USA, em 2013.

O segundo foco é sobre a idealização do projeto Vídeo Magazine, programa esportivo produzido de 2007 a 2009, pela oficina de vídeos Solta o Freio.

Foram analisadas as tecnologias utilizadas, tendo em vista o intervalo entre as datas de produção de cada material abordado, o processo de pré-produção, de produção, veiculação e direcionamento, representados abaixo, nos quadros 1 e 2. Constaram as gravações, edição das imagens e áudio, com roteiro pautado nos acontecimentos cronológicos e redação dos textos. Abordaram as realidades distintas relacionadas ao mundo científico da fisiologia do esporte e da educação física, assim como as realidades do esporte, o entretenimento, entrevistas, propagandas, enfim... Tendo como ponto de partida as experiências vivenciadas por profissionais dessa área é embasada por pesquisas publicadas em revistas qualificadas.

**Quadro 1** – Análise metodológica relacionada, do processo de produção do vídeo release entre as universidades UniCeub e UNC em 2013;

|                       | <b>Vídeo UNC / UniCeub</b>  |
|-----------------------|---|
| <b>Pré-produção</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definição da identidade audiovisual do vídeo</li> <li>- Elaboração de roteiro e cronograma de gravação pautado em três critérios: nas atividades diárias de estudo dos alunos, nos locais de realização das mesmas e na identidade audiovisual do vídeo final.</li> <li>- Elaboração de roteiro e cronograma de gravação para entrevistas e depoimentos.</li> <li>- Totalizando 20 dias de vivência no ano 2013.</li> <li>- Seleção e preparação dos equipamentos utilizados.</li> </ul> |
| <b>Produção</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redação dos textos e falas a gravar.</li> <li>- Preparação do cenário de gravação para entrevistas e Congressos Internacionais.</li> <li>- Gravação de todas as imagens, entrevistas, depoimentos e fotos, pautados no roteiro de gravação da pré-produção.</li> <li>- Elaboração do roteiro de edição do vídeo.</li> <li>- Seleção, tratamento e edição das imagens e áudio pautados no roteiro de edição do vídeo.</li> </ul>  |
| <b>Direcionamento</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Todo corpo docente e discente do curso de educação física e demais cursos da área da saúde do UniCeub, assim como para demais autoridades da instituição.</li> <li>- Publicidade interna e externa do confines (Conferência Internacional de Esporte e Saúde)</li> </ul>   |
| <b>Equipamentos</b>   | <p><u>Para gravação</u> – Filmadora formato miniDV, tablets, smartphones, filmadora Go-pro, um tripé e iluminação.</p> <p><u>Para edição</u> – Laptop configurado com processador, memória ram e placa de vídeo compatíveis com as especificações básicas necessárias para instalação do softwear de edição.</p>  |

**Quadro 2** - Análise metodológica relacionada, do processo de produção do programa esportivo Vídeo Magazine, edição 3, de 2008;

|                       | <b>Vídeo Magazine 3</b>  |
|-----------------------|--|
| <b>Pré-produção</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definição da identidade audiovisual do programa. A linguagem</li> <li>- Escolha dos temas e conteúdos a serem abordados.</li> <li>- Elaboração de roteiro e cronograma de gravação pautado na ordem cronológica dos acontecimentos, nos eventos ou na atividade a ser gravada e também nos locais de realização das mesmas.</li> <li>- Elaboração de roteiro e cronograma de gravação para entrevistas e depoimentos</li> <li>- Seleção e preparação dos equipamentos utilizados.</li> </ul>  |
| <b>Produção</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação das logomarcas, das marcas d'água e das imagens JPG da produtora e do programa, para caracterização da identidade visual do programa.</li> <li>- Escolha e edição dos áudios para caracterização da identidade de áudio do programa.</li> <li>- Gravação de todas as imagens, entrevistas e depoimentos pautados no roteiro de gravação da pré-produção.</li> <li>- Elaboração do roteiro de edição do vídeo.</li> <li>- Seleção, tratamento e edição das imagens, textos, marcas e áudio, pautados no roteiro de edição do vídeo.</li> <li>- Edição de propagandas e marcas anunciantes</li> </ul> |
| <b>Direcionamento</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Distribuição gratuita em dvd (1000 exemplares) e veiculação na web. Para atletas, anunciantes, organizadores de eventos, adeptos em geral, assim como para todo público telespectador de interesse, envolvido no contexto.</li> </ul>   |
| <b>Equipamentos</b>   | <p><u>Para gravação</u> – Filmadoras formato hi-8, minidv e dvcam, um tripé e iluminação.</p> <p><u>Para edição</u> – Computador configurado com processador, memória ram e placa de vídeo compatível com as especificações básicas necessárias para instalação do softwear de edição utilizado.</p>   |

## RESULTADOS

Os projetos audiovisuais analisados caracterizaram a evidente interdependência entre as áreas profissionais envolvidas e foram capazes de proporcionar os resultados esperados. O caso específico retratado no projeto de intercâmbio entre as universidades do Brasil e dos E.U.A, é o exemplo claro dessa interatividade, onde parte do reconhecimento pelos investimentos creditados pela coordenação do curso de Educação Física do UniCEUB, no decorrer de cinco anos em parceria com a UNC, teve como significativa contribuição, o vídeo já analisado, o qual foi idealizado com o compromisso ético do grupo de discentes e docentes, em literalmente comprovar através das imagens o nível de envolvimento e comprometimento profissional com o projeto como todo, conforme podemos observar no depoimento do Coordenador do Curso de Educação Física do UniCEUB, Professor e Doutor Marcelo Guimarães Bóia Nascimento:

“O vídeo foi produzido de forma espontânea pelos alunos e professores do curso, fato que só vem agregar valor ao projeto, nos motivando ainda mais a trabalhar em prol desse convenio e em busca de novos resultados, deixando assim, um legado para as próximas gerações. Nesse sentido, foi significativo pois contribuiu para um melhor entendimento dos alunos que não puderam viajar para UNC, sobre as realidades do convenio” .

Mesmo tendo ocorrido inúmeras alterações, que foram significativas nos processos de pré-produção e produção em virtude das tecnologias e equipamentos utilizados, os projetos foram finalizados e entregues, mantendo suas características e identidade originalmente previstas em sua concepção.

O Vídeo Magazine, com suas características e identidade, mesmo não sendo conhecido pela “grande massa”, proporcionou seu retorno financeiro relativamente viável durante sua existência em função do seu baixo custo de produção, comparados aos demais formatos já consolidados no período. E, também como todo programa esportivo, abriu possibilidades inimagináveis, como por exemplo, ter sido a mola propulsora para os investimentos na produção do vídeo junto ao curso de Educação Física do UniCEUB, mesmo depois de extinto em 2009.

## DISCUSSÃO

A característica predominante, que torna o vídeo UniCEUB/UNC ímpar, é o nível de conhecimento e o conteúdo de cunho científico, retratado pela produção do vídeo, tendo em vista serem formandos, Mestres e Doutores em Educação Física e Fisiologia do Esporte, os quais se dispuseram aos papéis de atores, câmera man, redatores, enfim... Produtores de fato! Conforme podemos observar no depoimento da aluna do 5º semestre do Curso de Educação Física do UniCEUB, Sara Elizabete:

“Um dos projetos que está fazendo a diferença é o de convenio com a UNC, o qual está proporcionando uma formação mais completa através de experiências e conhecimentos que não teríamos em outra universidade, projeto que está fazendo a diferença no nosso processo de formação. Pudemos nas viagens, colocar em prática tudo que aprendemos nos livros e ficamos aptos a transmitir esse conhecimento a todos demais alunos que não participaram”.

A identidade audiovisual do vídeo e os objetivos da produção com o projeto foram a divulgação e publicidade do convênio de intercâmbio, onde dominaram não só o conhecimento específico de sua área de formação, como também os recursos tecnológicos pertinentes e idealizaram o projeto com excelência em todo processo de pré-produção, produção, direcionamento e uso de equipamentos, como podemos observar no depoimento da aluna do 4º semestre Curso de Educação Física do UniCEUB, Beatriz Montenegro:

“Nesse cenário encaixa-se a internacionalização universitária, uma oportunidade de capacitação mais completa, que será um grande diferencial no âmbito profissional. Nas viagens, tivemos a oportunidade de expandir e aprimorar nossos conhecimentos científicos e tecnológicos, sem sombra de dúvidas foi uma experiência enriquecedora. Embarcamos nessa viagem acadêmica para fazer a diferença e quebrar paradigmas”.

A produção digital permite grande interatividade e multidisciplinaridade, exigindo das equipes de produção audiovisual maior capacidade de apropriação das áreas de conhecimento envolvidas. Devem ser integradas por profissionais capazes de atuar em colaboração e que priorizem interesses coletivos, mesmo divergindo ao domínio das técnicas específicas de televisão. (BLASQUES, 2014).

Segundo Mezzaroba, manter e estimular, na pauta acadêmica e científica a temática mídia ou as tics, possibilitará perspectivas diversificadas sobre a realidade da profissão Educação Física e suas áreas de atuação.

Nesse sentido, evidencia-se para profissionais da Educação Física, a real possibilidade de produção áudio visual no contexto acadêmico e também na escola formal. Cabe a esse profissional e a todo corpo docente, desenvolverem e incentivarem a percepção crítica da programação televisiva, principalmente esportiva.

A Educação Física atua em prol do desenvolvimento global, também por meio da consciência corporal. O prazer pela qualidade de vida no seu sentido amplo, também a observação crítica do mundo, mediada pelo corpo docente, tem por dever contrapor muitos interesses ora mediados pelas televisões. (DURÃES, 2004).

Segundo Araújo, no caso do esporte, sofre continuamente mutações no seu modo de praticar quando televisionado, sendo interpretado por diferentes perspectivas e que o encantamento pelo esporte, a atitude crítica e as reflexões sobre o tele espetáculo no âmbito educacional, devem direcionar o entendimento devido sobre o fenômeno esportivo, assim como evidenciar as diferentes formas de vivencia-los.

Logo, a criatividade, o direcionamento, o conhecimento específico, assim como o interesse dos profissionais envolvidos, são determinantes para tal mudança de perspectiva. As possibilidades de interação envolvendo hábitos de culturas tradicionais enraizadas com modalidades consolidadas pela sociedade atual, também evidenciam as possibilidades de intervenções cabíveis à produção de mídia, como veículo de divulgação e promoção de diferentes práticas e valores culturais. (RODRIGUEZ, 2009).



O projeto idealizado retrata uma das realidades do fazer profissional, dentre as inúmeras áreas de atuação, permitindo vislumbrar infinitas possibilidades de produção, cada qual com seu objetivo.

Ao falarmos de esporte, o Vídeo Magazine, em suas edições, passa a ser então o objeto da discussão. Se considerarmos o viés de interdependência entre Educação Física e o Esporte, como instituições assim dizendo, ao serem abordadas pelas produtoras, devem ser de modo que priorize o profissional qualificado nas áreas específicas a serem abordadas. Basta parar pra assistir a uma partida de futebol na televisão, que logo você escuta o locutor dizendo: “que reflexo”... Se referindo ao goleiro quando faz uma daquelas defesas com rápidos deslocamentos pela pequena área, por exemplo, situação em que o repórter confunde claramente reflexo com tempo de reação, até por que as tecnologias se renovam a cada dia, obrigando-nos constantes atualizações.

A cultura esportiva evidenciada e divulgada pela televisão passa a adquirir características próprias e o jornalismo esportivo pode e deve se comprometer com o telespectador, no sentido de veicularem conteúdos de cunho formativo, fomentando alicerces para apropriação dos valores certos e positivos do esporte. (LOTTERMANN, 2012).

Diversos programas televisivos, esportivos ou jornalísticos, vêm sendo produzidos, visando aprimorar os recursos de gravação de imagens e edição, para tornar mais claras as informações transmitidas, com a perspectiva de que a informação tele jornalística, para atingir seus efeitos, venha da interdependência dos valores da área televisiva e como se articulam seus recursos, com a realidade cotidiana do esporte. (GUTMANN, 2009).

O Vídeo Magazine veio se enquadrar exatamente nesses princípios, tendo em vista que sua maior identidade, foi, dar espaço a quem tivesse interesse de aparecer na programação, dando voz a realidade cotidiana do esporte, pois não existia a figura do apresentador do programa interferindo na dinâmica das gravações das entrevistas, por exemplo. Seguindo os valores éticos e morais da sociedade, a linguagem áudio visual sempre priorizou o espontâneo ou o despojado, sem grandes preocupações estéticas, por exemplo. Dessa forma, as narrativas do programa sempre eram singulares e com o mínimo de direcionamento por parte da produção.

Eram concedidas por atletas, preparadores físicos, nutricionistas, organizadores de eventos esportivos, anunciantes, patrocinadores, entre outros, os quais envolvidos nessa relação com o desporto faziam questão de dar voz às suas realidades, diante das câmeras. Pessoas que aproveitavam a existência dessa mídia específica, para fins diversos como, por exemplo, formar opinião, fazer promoção de produtos, serviços, marcas e até mesmo a exposição pessoal, no caso dos atletas.

Concordando com Gomes, quando vem dizer que existe a preocupação dos profissionais da televisão em manter uma relação com seus telespectadores. O pressuposto de que o telejornalismo é uma instituição social e uma forma cultural, deve ser considerado a partir da especificidade de cada programa, os quais se alicerçam nos conceitos de: estrutura de sentimento, gênero televisivo e formas de endereçamento, conseguindo estabelecer uma relação com seus telespectadores, a partir da definição de uma identidade audiovisual, que se reconfigura em sua existência. (GOMES, 2007).

O fato é que essa relação foi criada, e melhor, estendida à programação pois todos passaram a querer aparecer e se ver nas programações do Vídeo Magazine, participando de determinado evento, representando determinada situação, defendendo perspectivas, enfim... Fornecendo argumentos ou ferramentas suficientes para o direcionamento do conteúdo e criação dos roteiros de edição da produtora.

Um facilitador para essa relação foi a gratuidade do programa nos formatos dvd e website, onde o próprio telespectador, no ato de se divulgar nas programações do VM, a seus familiares e demais grupos de seu convívio social, se via com o verdadeiro sentimento de pertencimento em relação ao programa, pois além de telespectadores, eram divulgadores, figurantes e muitos até mesmo apresentadores em determinados momentos.

Considerar as imagens da torcida ou do público presente no espetáculo, proporciona a sensação de pertencimento ao telespectador, que passa cada vez mais disponibilizar atenção ao tele espetáculo. (ARAUJO, 2014)

O espectador ou telespectador, cada vez mais é alvo a ser atingido pela mídia e programas esportivos televisivos. O enunciador utiliza o "eu" no discurso, convocando o "tu" a participar e até mesmo decidir ... Expondo situações ou fatos

típicos dos bastidores, proporcionando uma interação franca entre o programa e o telespectador, agora ativamente participativo. (YASSUDA, 2005).

Assim, os programas e as emissoras atingem seus objetivos e investem cada vez mais no esporte, veiculando uma vasta programação esportiva, com perspectivas diferentes. O esporte como esfera social, trás em si seus âmbitos formais e informais, os quais influenciam ou até determinam as propriedades do jornalismo esportivo, o qual tornam-se rico em conteúdos por poder então, abordar temas com mais liberdade sem perder a formalidade. (SILVA, 2005).

O principal motivo de criação do projeto VM, foi justamente a falta de comprometimento das grandes emissora de televisão com esportes e modalidades que não garantem retorno financeiro a elas. Deve ser considerada a nossa realidade capitalista, pois diversas modalidades desportivas geram receitas e seus gestores sempre vislumbram algum tipo de produção para a mídia. O VM teve a intenção de tentar equalizar essas disparidades econômicas que ainda inviabilizam projetos áudio visuais para modalidades menos favorecidas.

Os veículos de comunicação, de acordo com seus interesses de mercado, vêm aderindo às diversas atividades desportivas, além de adaptar e adequar seus recursos de produção, como uma forma de se manterem em evidência, direcionam suas características, tornando-as específicas. (SILVA, 2007).

O esporte sempre influenciou a sociedade, que por sua vez segue suas tendências, numa relação de oferta e procura, que são apresentadas indiscriminadamente pela televisão. É necessária a relação entre a demanda que busca o esporte e a oferta ou veiculação do mesmo pela mídia, pois se tornam mais esclarecidos os rumos tomados pelo esporte, assim como suas previsíveis consequências. (EIRAS, 2009).

O Vídeo Magazine, edição de número 3, culminou com maior fluxo de conteúdo, em função da capacidade de direcionamento e divulgação que ocorria gratuitamente, diretamente e de forma pessoal, desde a edição 1, proporcionando assim, maiores possibilidades de rentabilidade. Contou com número expressivo de anunciantes, que tiveram o entendimento das formas diversificadas de veiculação de suas marcas, produtos e serviços, investindo na programação do VM como mais um veículo para promoção.

A programação de esporte pode ser considerada um recurso escasso, usado por corporações de mídia para atrair o público de televisão como um meio de gerar receitas publicitárias. (ANDREWS, 2003)

Conforme o modo de apresentação, as colocações de marcas são codificadas para as características relativas à informação visual, informação verbal ou ambos. A televisão, mesmo com uma programação esportiva adequada e coerente é incentivadora do consumo da cultura do esporte em geral. (LA FERLE, 2006).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A Educação Física proporciona inúmeras áreas de atuação profissional, exigindo muito da criatividade do profissional, o qual deve assumir o comprometimento ético em seu fazer profissional. Nesse sentido, as tecnologias são importantes ferramentas norteadoras que contribuem significativamente com o profissional em busca de seus objetivos e resultados.

Ficam evidenciadas as possibilidades de produção áudio visual referente ao que foi abordado nas amostras escolhidas por essa pesquisa. Mas não se devem esquecer as demais possibilidades no campo de atuação profissional da Educação Física, as quais devem ser consideradas reais, pois muitas agregam perfeitamente produções de vídeo, além de gerar receita.

A análise biomecânica do movimento na especificidade das práticas corporais, com perspectivas voltadas para a qualidade de vida ou alto rendimento, por exemplo, as análises estatísticas de rendimento individual e tático, utilizadas pelos times de futebol, basquete, entre outras modalidades de jogos coletivos, que exploram esses resultados e rendimentos dentro da ótica capitalista. Também podemos citar os recursos tecnológicos de vídeo já utilizados no auxílio da arbitragem da Federação de Voleibol, no Brasil.

É importante que novas pesquisas sejam feitas por profissionais da Educação Física, abordando temas relacionados aos que foram abordados, até por que nunca sabemos exatamente como as tecnologias irão influenciar a demanda consumidora de serviços e produtos, assim como as empresas, empreendedores e fornecedores

em seu fazer profissional. Nesse sentido é imprescindível que esse profissional busque constante atualização do conhecimento, das ferramentas e tecnologias referentes à sua atuação e que as coloque prática.

## REFERÊNCIAS

AFFINI, L. P. e USHINOHAMA, T. Z. As plataformas digitais e o desporto: um show nas transmissões televisivas. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2 a 6 de setembro de 2011, Recife-PE. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. São Paulo.

ALTOÉ, Anair; SILVA, Heliana da. O Desenvolvimento Histórico das Novas Tecnologias e seu Emprego na Educação. In: ALTOÉ, Anair; COSTA, Maria Luiza Furlan; TERUYA, Teresa Kazuko. **Educação e Novas Tecnologias**. Maringá: Eduem, 2005, p 13-25.

ANDREWS, D. L. Sport and the Transnationalizing. Media Corporation. **Journal of Media Economics**, 16(4), 235–251. Copyright © 2003, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

ARAÚJO, A. C.; PORPINO, K. O. Educação Física e Televisão: Reflexões Sobre Sensibilidade, Tecnologia e Conhecimento. **Revista Pensar a prática**, Faculdade de Educação Física - UFG - Goiânia-GO, Vol. 10, nº 2, (2007)

ARAÚJO, A. C.; PORPINO, K. O. **O Sujeito, o Esporte e a TV: Considerações Estéticas e Pedagógicas Sobre o Tele espetáculo Esportivo**. 2014. Pg 4. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Educação da UFRN. Natal, 2014.

BLASQUES, C. N.; VALENTE, V.C.P.N. Ensino-aprendizagem em Ambientes Digitais: Novas Demandas Profissionais. **Revista Geminis**, São Carlos, ano 5 – nº 2, pg. 191-205. Maio 2014.

BOURDIEU, p. Sobre a Televisão. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor, 1997:75

COSTA, A.P.S.L.; AMANCIO, A.C. Franquias Televisivas: Processos de Produção, Venda e Circulação. **Revista Geminis**, São Carlos, ano 6, nº 1, pg. 154-173, janeiro 2015.

DURÃES, G. M.; NETO, A. F. Programas Esportivos Televisivos: Contribuições para a Educação Física Escolar. **EFDEPORTES Revista Digital** - Buenos Aires, ano 10, Nº 74, 7/2004. <http://www.efdeportes.com/>

EIRAS, S. B.; CASSAPIAN, M. R.; TOLEDO, T. D.; TUCUNDUVA, B. B. P. Relação Entre Oferta e Demanda no Campo Esportivo: Impressões Preliminares.

**EFDEPORTES Revista Digital** - Buenos Aires, ano 14, Nº 137 – 10/2009.  
<http://www.efdeportes.com/>

GOMES, I. M. M. Questões de Método na Análise do Telejornalismo: Premissas, Conceitos, Operadores de Análise. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. UFBA. 4/2007.  
[www.compos.com.br/e-compos](http://www.compos.com.br/e-compos)

GUTMANN, J. F. Articulações entre Dispositivos Televisivos e Valores Jornalísticos na Cena de Apresentação do Jornal Nacional. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 4 a 7 de setembro de 2009, Curitiba-PR - Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. São Paulo.

LA FERLE, C.; EDWARDS, S. M. Product Placement. **Journal of Advertising**, (Winter 2006), vol. 35, nº 4, pg 65–86. American Academy of Advertising. ISSN 0091-3367 / 2006 - DOI 10.2753/JOA0091-3367350405

LOTTERMANN, J. ; Martins, P. C.; Pires, G. L. Jornalismo Esportivo e a Cobertura dos Megaeventos: O Episódio Galvão Bueno X Renato Maurício Pradono SPORTV. In: IV Encontro Nacional do Observatório da Mídia Esportiva, 2012, São João Del-Rei. **Anais** do IV Encontro Nacional do Observatório da Mídia Esportiva. vol. 1 nº 1, São João Del-Rei, MG, 13 e 14 de Novembro de 2012 , pg. 5-10.

MACHADO, A.; Vélez, M. L. Questões Metodológicas Relacionadas com a Análise de Televisão. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. PUC. 4/2007. [www.compos.com.br/e-compos](http://www.compos.com.br/e-compos)

MATTOS, Sérgio. **O Contexto Teórico e Histórico da Periodização da Televisão** .  
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/962ca665743bec83a68d94200985bceb.pdf>

MEZZAROBA, C.; MENDES, D. S.; RIBEIRO, S. D. LABOMÍDIA/UFS: Laboratório e Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva da Universidade Federal de Sergipe. **Revista Motrivivência**, Florianópolis-SC, ano XXII, Nº 34, pg. 231-244 Jun/2010. DOI:10.5007/2175-8042.

MIRANDA, Gustavo Lima. A história da evolução da mídia no Brasil e no mundo. 2007. 43p. Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social, no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB. Brasília-DF. 2007.

NESBIT, T. M.; KING, K. A. The Impact of Fantasy Sports on Television Viewership. **Journal of Media Economics**, 2010, 23:24–41. Copyright © Taylor & Francis Group, LLC. ISSN: 0899-7764 print/1532-7736 online . DOI: 10.1080/08997761003590721

PASSOS, C. T. M.; COSTA, A. A. O Mito no Jornalismo Esportivo: 70 Anos de Pelé no Globo Esporte. In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul,

2012, Chapecó-SC. **Intercom** Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Chapecó - SC – 31/05 a 02/06/2012, pg.16-29.

RODRÍGUEZ, E. F. O Conteúdo Esportivo da Mídia e Intervenções Pedagógicas na Educação Física e Esportes. **Revista Ibero-americana de Educação**, Centro de Altos Estudos Universitários (CAEU), Madrid, nº 50/5, 10/2009. ISSN: 1681-5653.

SILVA, F. M. Jornalismo esportivo como área específica na televisão: O pacto sobre o papel do jornalismo no Globo Esporte e Bate-Bola. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 5 a 9 de setembro de 2005, Rio de Janeiro – UerJ. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. São Paulo.

SILVA, C. L.; JUNIOR, W. M. **Produção Televisiva Esportiva: Um Estudo Sobre as Ações e Disposições dos Agentes Midiáticos a Partir do Programa Globo Esporte (regional-PR)**. 2007. 9P. Dissertação de mestrado defendida no Programa de Pós-Graduação de Educação Física da Universidade Federal do Paraná. Florianópolis, 2007.

SOLBERG, H. A. Public Service Broadcasters Will Survive Without Expensive Sports Programs: A Response to Tjernström and Tjernström. **Journal of Media Economics**, 2008, C21:264–269. Copyright © Taylor & Francis Group, LLC. ISSN: 0899-7764 print/1532-7736. DOI: 10.1080/08997760802544822

YASSUDA, M. A. Z. A Construção Temporal e Efeitos de Interação em Programa Esportivo. **Academos Revista Eletrônica da FIA**, São Paulo, Vol. I, nº 1, pg 1-10, Jul – Dez / 2005. ISSN 1809-3604.

# ANEXOS



## SUMÁRIO DE EXPRESSÕES, SIGLAS E SIGNIFICADOS.

“BAIXAR” vídeos “pesados” = Copiar para o computador vídeos grandes da internet.

CONFINES = Conferência Internacional de Esporte e Saúde.

DVD = Disco Digital Versátil.

DVCAM = filmadora que grava imagem no formato vídeo digital.

EUA = Estados Unidos da América.

FULL HD = tecnicamente é um tipo de [resolução de imagem](#) de telas ou monitores.

Go-pro = Modelo de filmadora portátil.

HARDWEAR's = Equipamentos e peças de computador.

HD = 720 X 1280 configuração mínima de imagem HD digital

INTERNET = Sistema global de [redes de computadores](#) interligados que utilizam um conjunto de protocolos, conectados por tecnologias de rede eletrônica, sem fio e ópticas.

JPG = formato de arquivo de fotos ou logomarcas.

JVC Hi-8 = Modelo de filmadora que grava imagem analógica

LAPTOP = computador portátil

MINIDV = modelo de filmadora que grava imagem digital

MOUNTAIN BIKE down hill = (modalidade ciclística que tem como principal característica, um [contra relógio](#), descendo em trilhas íngremes)

MPEG = formato de arquivo de vídeo

MP3 = formato de arquivo de áudio

ONLINE = Disponível para acesso imediato a uma página de Internet, em tempo real. Estar pronto para a transmissão de dados ou estar em plena operação.

PC = Computador pessoal

RAM = é a memória dos [PC's](#) e laptop's, um componente ou hardware essencial para seu funcionamento.

SMARTPHONE = modelo de telefone que possui a tela sensível ao toque, o qual é o dispositivo de entrada principal.

SOFTWARE = Programa de computador. Componentes essenciais para o seu funcionamento.

SITES = São as páginas na web, isto é, de hipertextos acessíveis geralmente pelo protocolo de internet.

TABLET = Dispositivo em formato de prancheta que permite acesso à Internet, organização pessoal, visualização de fotos, vídeos, leitura de livros, jornais, revistas e para entretenimento.

TIC'S = Tecnologias da informação e comunicação.

USA = União dos Estados da América do Norte.

UniCeub = Centro Universitário de Brasília

UNC = University of North Carolina in Chapel Hill, USA.

VM3 = Video Magazine, edição 3.

WEB = O conjunto de todos os sites públicos existentes compõe a World Wide Web.

WIFI = Conexão de rede local sem fios (WLAN), para internet.

16 e 32 bits = Configuração de áudio usada em eletroeletrônicos.

3G e 4G = Terceira e quarta gerações de telefonia móvel. Um sistema e uma rede, alcançando a convergência entre as redes de cabo e sem fio e computadores, dispositivos eletrônicos e tecnologias da informação

4K = Resolução de imagem de vídeo digital.

## CARTA DE ACEITE DO ORIENTADOR

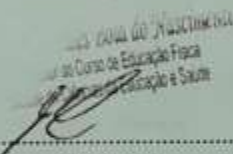
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA  
CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO - TCC

### Declaração de aceite do orientador

Eu, Prof. Dr. MARCELO GUIMARÃES BÓIA NASCIMENTO, declaro aceitar orientar o aluno Augusto Correia, ra-21111938, no trabalho de conclusão do curso de Bacharel em Educação Física do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Brasília, 11 de agosto de 2015.



Uniceub  
Curso de Educação Física  
Faculdade de Ciências da Educação e Saúde

ASSINATURA



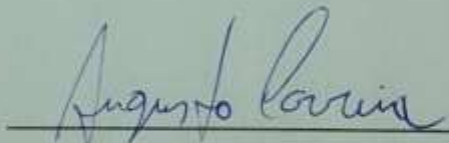
**CARTA DE DECLARAÇÃO DE AUTORIA**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA**  
**CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO - TCC**

**Declaração de Autoria**

Eu, Augusto Correia, declaro ser o autor de todo o conteúdo apresentado no trabalho de conclusão do curso de Bacharel em Educação Física do Centro Universitário de Brasília – UnICEUB, intitulado de Análise da Interação entre Produção Audiovisual, Gestão Esportiva e Educação Física. Declaro, ainda, não ter plagiado a idéia e/ou os escritos de outro(s) autor(s) sob a pena de ser desligado desta disciplina uma vez que plágio configura-se atitude ilegal na realização deste trabalho.

Brasília, 19 de novembro de 2015.



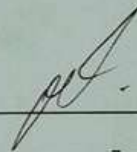
Augusto Correia



## FICHA DE AUTORIZAÇÃO DE APRESENTAÇÃO DE TCC

Venho por meio desta, como orientador do trabalho **Análise da Interação entre Produção Audiovisual, Gestão Esportiva e Educação Física**, autorizar sua apresentação no dia 19/11/ 2015.

Sem mais a acrescentar,



Prof. Dr. MARCELO GUIMARÃES BÓIA NASCIMENTO



**FICHA DE RESPONSABILIDADE DE  
APRESENTAÇÃO DE TCC**

Eu, Augusto Correia RA: 21111938 me responsabilizo pela apresentação do TCC intitulado de **Análise da Interação entre Produção Audiovisual, Gestão Esportiva e Educação Física**, no dia 19/11/2015, eximindo qualquer responsabilidade por parte do orientador.



---

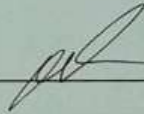
Augusto Correia



**FICHA DE AUTORIZAÇÃO DE ENTREGA  
DA VERSÃO FINAL DE TCC**

Venho por meio desta, como orientador do trabalho, **Análise da Interação entre Produção Audiovisual, Gestão Esportiva e Educação Física**, do aluno Augusto Correia, autorizar sua apresentação no dia 19/11/2015.

Sem mais a acrescentar,



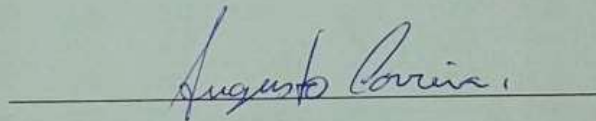
Prof. Dr. MARCELO GUIMARÃES BÓIA NASCIMENTO



## AUTORIZAÇÃO

Eu, Augusto Correia, RA-21111938, aluno do Curso de Educação Física do Centro Universitário de Brasília - UniCEUB, autor do artigo do trabalho de conclusão de curso intitulado **Análise da Interação entre Produção Audiovisual, Gestão Esportiva e Educação Física**, autorizo expressamente a Biblioteca Reitor João Herculino utilizar sem fins lucrativos e autorizo o professor orientador a publicar e designar o autor principal e os colaboradores em revistas científicas classificadas no Qualis Periódicos – CNPQ.

Brasília, 19 de novembro de 2015.



Augusto Correia

