

CONTRAPONTO**evento esportivo de comércio e negócios?****NÃO****Outros valores da Olimpíada****Marli Hatje Hammes(*)**

Professora do departamento de Métodos e Técnicas Desportivas da UFSM. Mestre e Doutora em Ciência do Movimento Humano

Cada edição dos Jogos Olímpicos é um evento esportivo complexo, com linguagem universal. Com a participação de mais de 200 países com diferentes características culturais, econômicas, religiosas e políticas, servem como cenário para diversos interesses e finalidades. Ao mesmo tempo que representam oportunidades de comércio e negócio para vários setores e pessoas, também promovem outros aspectos.

Do ponto de vista da economia, uma esfera de vida que temos que considerar para nossa vivência concreta no espaço social, os Jogos Olímpicos representam um momento de valorização dos produtos e serviços esportivos, pois tendem a ampliar significativamente possibilidades de intervenção no mercado de trabalho de profissionais de diferentes segmentos.

A crescente especialização das atividades esportivas em todos os sentidos tende a ampliar as colocações no mercado, a melhorar renda e, por consequência, a tributação, cujo dinheiro o Estado aplica ou, pelo menos deveria, aplicar em projetos sociais.

Em alguns países, os Jogos Olímpicos representam um aporte substancial de recursos que é aplicado não apenas no esporte de rendimento, mas na criação de infra-estrutura de educação física e esporte nas escolas. Em termos de valores, os Jogos têm promovido a idéia de *fair play*, educação ambiental, educação para paz, que embora pouco difundidas no Brasil, têm repercussão substancial em outros países.

A Olimpíada serve para consolidar identidades locais ou nacionais. Promovem alterações significativas nas cidades, com a criação não apenas de infra-estrutura de transporte, segurança e turismo, mas também de espaços públicos de esporte e lazer. Os Jogos de Barcelona são exemplo disso.

Vale destacar que para a organização dos Jogos, a cidade e o país sede desenvolvem um conjunto de ações visando à promoção de valores por meio do esporte. Essas ações são designadas de Educação Olímpica. Uma parte considerável dos recursos obtidos com os Jogos é distribuída por uma organização chamada 'Solidariedade Olímpica' para projetos de educação pelo esporte em países menos desenvolvidos. Existem também

programas de apoio a atletas carentes e à formação de pessoal técnico (treinadores e gestores) para o desenvolvimento do esporte em diferentes níveis (do escolar ao alto rendimento).

Os Jogos Olímpicos têm contribuído também para ampliar a participação da mulher e das pessoas portadoras de necessidades especiais no esporte, servindo para evidenciar as possibilidades de participação desses segmentos não somente na prática esportiva como também em outras esferas de vida social e econômica dos países.

Além disso, esse evento tem uma relação muito grande com o desenvolvimento tecnológico da área de Educação Física, precisamente, dos esportes. E, esse desenvolvimento de tecnologia do esporte também tem influenciado outras áreas, como a qualidade de vida das pessoas. Na

medida em que se desenvolvem princípios e procedimentos para os atletas, esse conhecimento se dilui nas práticas cotidianas das pessoas que fazem exercícios físicos, resguardadas,

é claro, as proporcionalidades em relação aos fins dos exercícios.

Sua visualização na mídia, isto é, como um fenômeno social midiático, por mais que enfatize um "enquadramento" da comparação, da competição, do recorde, também permite aos sujeitos que acompanham

esse evento pelos meios de comunicação outros "enquadramentos", com outros valores como a "cooperação", como o "pertencimento a um grupo nacional ou familiar" e o "respeito". É possível pensar também que as pessoas adotem enquadramentos relativos ao "respeito", à "cooperação" (e não somente os da competitividade e comparação) como parâmetros para

formular uma imagem social que pretendem "defender", mas a "linha de desenvolvimento dessa imagem social" é muito particular, individualizada, pois depende das condições concretas locais.

O fato de estarmos à margem daquela produção espetacular caracterizada pelas Olimpíadas, massificada pela mídia, não significa que sejamos consumidores passivos de técnicas corporais, equipamentos e trajes esportivos. Apesar de cada vez mais coagidos e sempre menos envolvidos nestes tipos de produções, o indivíduo se destaca pela astúcia como se apropria e se utiliza desses bens e serviços e faz deles algo que "originalmente não foi pensado" pelos idealizadores (é só olhar para um grupo de crianças brincando de "olimpíadas"). Significa que é ainda necessário analisar sua manipulação pelos praticantes/consumidores que não a produzem/fabricam, pois a cultura pode ser e é produzida cotidianamente.

Não há dúvida que a exibição do evento pela mídia televisiva tem sido um fator importante para a promoção do esporte e dos valores a ele associados tanto na escola como fora dela. É no esporte competitivo, o grande foco da mídia, onde ocorre o efeito imitação que possibilita o estímulo à prática desportiva, possibilitando, sobretudo, um espaço formativo e educativo, a partir dos movimentos esportivos regrados.

Paralelamente aos Jogos, ocorrem os acampamentos olímpicos que congregam estudantes de vários países com o intuito de construir novas lideranças para a promoção dos ideais Olímpicos em seus locais de origem.

Diante disso, os Jogos Olímpicos, embora tenham agregado valores mercadológicos e da indústria do entretenimento, por exemplo, são ricos em conteúdo social e cultural, que alimenta nosso imaginário e fornece elementos à interpretação do mundo, mediados pela mídia, que desempenha um importante papel na divulgação e consolidação dos Jogos Olímpicos e do esporte em geral. Além de motivar novas práticas, os Jogos são um aporte para ampliar o conhecimento da cultura esportiva, inclusive de modalidades emergentes. (*Colaboraram Mauro Myskiw e Alberto Repold Filho).

“Embora ricos em valores mercadológicos, os jogos são ricos em conteúdo social”

