



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Instituto de Educação Física e Desportos

Marcelo Faria Porretti

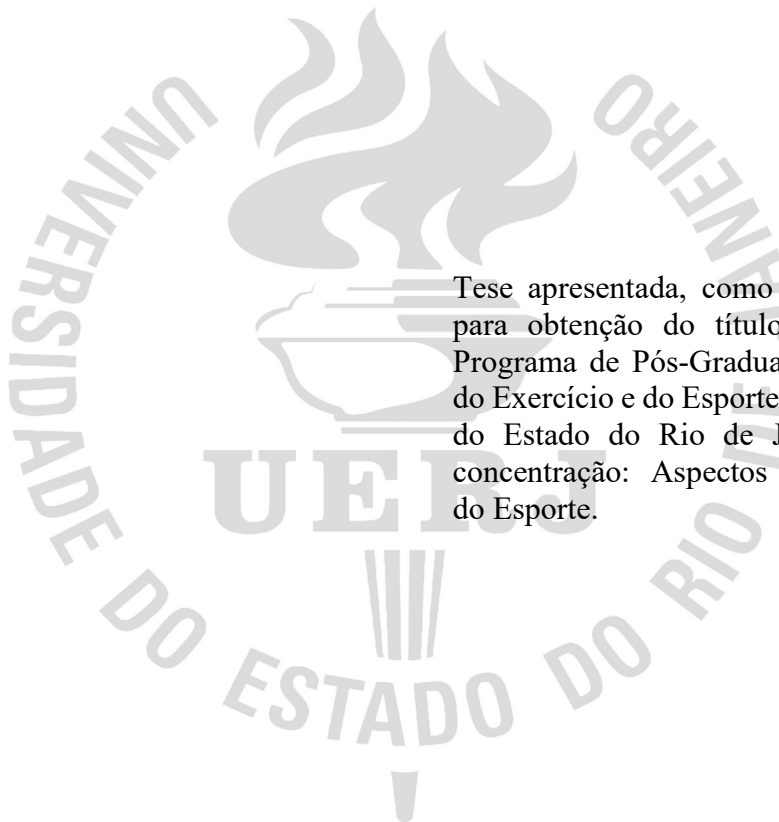
A influência midiática nos esportes de aventura: os sentidos presentes no Canal *Off* e a concepção de praticantes em meio à Pandemia da COVID-19

Rio de Janeiro

2021

Marcelo Faria Porretti

A influência midiática nos esportes de aventura: os sentidos presentes no Canal *Off* e a concepção de praticantes em meio à Pandemia da COVID-19



Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Ciências do Exercício e do Esporte, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Aspectos Biopsicossociais do Esporte.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Monique Ribeiro de Assis

Rio de Janeiro

2021

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CEH/B

P838 Porretti, Marcelo Faria.

A influência midiática nos esportes de aventura: os sentidos presentes no Canal Off e a concepção de praticantes em meio à pandemia da COVID-19 / Marcelo Faria Porretti. – 2021.

232 f.: il.

Orientadora: Monique Ribeiro de Assis.

Tese (doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Educação Física e Desportos.

1. Esportes radicais – Teses. 2. Comunicação de massa – Influência – Teses. 3. Televisão e esportes – Teses. 4. Meio ambiente – Teses. I. Assis, Monique Ribeiro de. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Educação Física e Desportos. III. Título.

CDU 796:659.3

Bibliotecária: Mirna Lindenbaum. CRB7 4916.

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta tese desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Marcelo Faria Porretti

A influência midiática nos esportes de aventura: os sentidos presentes no Canal *Off* e a concepção de praticantes em meio à Pandemia da COVID-19

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Ciências do Exercício e do Esporte, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Aspectos Biopsicossociais do Esporte.

Aprovada em 19 de agosto de 2021.

Banca Examinadora:

Prof^a. Dra. Monique Ribeiro de Assis (Orientadora)
Instituto de Educação Física e Desportos – UERJ

Prof. Dr. Silvio de Cássio Telles
Instituto de Educação Física e Desportos - UERJ

Prof^a. Dra. Flávia Porto Melo Ferreira
Instituto de Educação Física e Desportos – UERJ

Prof^a. Dra. Renata de Sá Osborne da Costa
Universidade Salgado de Oliveira

Prof. Dr. Dimitri Wuo Pereira
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial-SP

Rio de Janeiro

2021

DEDICATÓRIA

Dedico todo esforço realizado no desenvolvimento desta tese à minha família. Minha esposa Luciana e minhas filhas Tallita e Julia, em acamparem momentos de ausência e compreensão das horas, dias, meses e anos dedicados ao trabalho. Aos meus pais José (em memória) e Eliete que sempre incentivaram meus estudos e aperfeiçoamentos.

AGRADECIMENTOS

De certa forma a construção deste trabalho é fruto da minha trajetória de vida, de algumas escolhas que fiz ou que deixei de fazer. Assim, para a confecção deste estudo, agradeço aos encontros e alguns desencontros com pessoas que enriqueceram minha vida profissional e pessoal.

Aos professores de Educação Física que tive em minha escolarização Milton, Nilton, Cleber, Franklin, Flávio, Dermeval, Alcimar, Sheila, dentre vários outros, que me ensinaram a gostar da disciplina não somente pelo lado das atividades, mas dando valor a cada ensinamento aprendido, desenvolvendo em mim a força de vontade para vencer as batalhas da vida.

Aos amigos de infância e juventude, Julinho, Marcelinho e Serginho (em memória). Com os quais aprendi o valor da verdadeira amizade.

A minha Orientadora Professora Doutora Monique Ribeiro de Assis pela confiança nesta etapa de minha vida.

Aos meus familiares. Minha irmã Elaine, minha sogra Lourdes, minhas cunhadas Conceição e Marluce, e demais parentes que conviveram com um misto de ausência, ansiedade e vontade de crescer.

Aos meus colegas de trabalho das instituições que trabalhei com educação física: Secretaria de Esporte e Lazer de Duque de Caxias, Colégio ACEPE, Colégio Sei Mater, Colégio COA, Colégio Esther Vinhosa, Colégio CESP, Secretaria de Educação de Magé, Centro Integrado de Educação Pública (CIEP) Grande Othelo, Escola Municipal Gilberto Amado, Colégio Gunnar Vingren de Petrópolis e atualmente ao CEFET/RJ Campus Petrópolis.

À Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) por promover a educação pública democratizando o conhecimento e transformando positivamente a realidade daqueles que acreditam na EDUCAÇÃO, ao Instituto de Educação Física e Desportos (IEFD), por ofertar o Programa de Pós-Graduação em Ciência do Exercício e do Esporte (PPGCEE), e, seus docentes que possibilitaram o ganho de conhecimento nesta especialização.

Aos colegas do PPGCEE, em especial a Cássia Cândido, Heloísa Almeida, Emerson Saint'Clair, Ronaldo Figueiredo e Felipe Triani pelo apoio e incentivo durante esta jornada.

Aos Meus amigos, colegas e alunos do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca do Rio de Janeiro (CEFET/RJ) Campus Petrópolis pelas colaborações, principalmente ao Fernando Pessoa, Marcelo Salomão e João Thompson que são professores e parceiros nas aventuras desenvolvidas na escola.

Aos meus examinadores professores Doutores Silvio de Cássio Costa Telles, Flávia Porto Melo Ferreira, Renata de Sá Osborne da Costa, Dimitri Wuo Pereira, Alexandre Palma de Oliveira, Juliana Pereira Borges e Monique Ribeiro de Assis. Pelas preciosas considerações ao trabalho.

Ao Centro de Apoio à pesquisa no Complexo de Saúde da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (CAPCS), em especial a Professora Doutora Tainah de Paula Lima.

Para finalizar agradeço a Deus, à minha esposa Luciana, às minhas filhas Tallita e Julia, e à minha mãe Eliete.

Obrigado a todos!

Os obstáculos na aventura são possibilidades de aprender com emoção.

Dimitri Wuo Pereira

Percebemos o mundo não apenas como ele é, mas também como nós somos.

Myers

RESUMO

PORRETTI, Marcelo Faria. *A influência midiática nos esportes de aventura: os sentidos presentes no Canal Off e a concepção de praticantes em meio à pandemia da COVID-19*. 2021. 232 f. Tese (Doutorado em Ciências do Exercício e do Esporte) - Instituto de Educação Física e Desportos, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

A motivação para realização desta tese tangencia as relações entre a mídia e os esportes de aventura. Nosso objetivo é investigar as relações entre a mídia e os esportes de aventura na natureza com a sociedade atual, no esforço de elucidar os sentidos e a cultura midiática de um canal específico destas práticas. Para isto desenvolvemos quatro estudos. O primeiro apresenta uma revisão integrativa da literatura buscando os caminhos que os esportes de aventura e a mídia televisiva percorreram nos últimos 30 anos. Através de uma busca nas bases de dados Medline (via Pubmed), LILACS (via BVS/regional), EMBASE, CINAHL, SPORTdiscus e SCIELO e na literatura cinzenta, alcançamos 23 estudos, gerando sete categorias: glorificação do risco, segmentação da mídia, mercantilização, estudos históricos, estudos sociais, polissemia do termo e estudos educacionais. No segundo, analisamos alguns dos sentidos da abordagem do projeto Esporte e Lazer Adaptativo exibido pelo Canal *Off*, que atende pessoas com lesão medular, utilizando o caiaque como estratégia para auxiliar no processo de recuperação e inclusão. Explicitando os sentidos coexistentes nas falas, incluindo o que é dito, o que está implícito e o que é silenciado. Desvelando benefícios ligados à ludicidade, autonomia e autoconfiança, advindo das narrativas dos participantes, que se confrontam com o efeito colateral não explícito, no qual o espectador pode ter a sensibilidade anestesiada ao ser dispensado de refletir sobre outras formas de protagonismo, como o político, por exemplo. No terceiro estudo buscamos os discursos midiáticos enaltecidos pelo Canal *Off* de esportes de aventura, averiguando uma programação de uma semana do Canal, emergiram 15 categorias: Preservação e contato com a natureza; História dos esportes de aventura; Evolução dos esportes de aventura; Inclusão feminina; Contextos sociais globais; Manutenção da qualidade de vida e saúde; Desafio, superação e reconexão; Surgimento e revelação de atletas; Diversão e treinamento; Patrocínio; Foto e filmagem; Saudosismo; Pistas e espaços particulares; Adrenalina, riscos, aventura, loucura; Sonorização e musicalidade. Através destas categorias demonstra-se a evolução tecnológica, maior especificidade de temas em busca de telespectadores. O quarto estudo discriminou os esportes de aventura e as mídias no período da pandemia da covid-19, levantando dados junto aos praticantes de esportes de aventura. Obtivemos 318 respostas a um questionário *online* revelando 14% de influência midiática na escolha pela prática dos esportes de aventura. Também se demonstrou: uma maior participação feminina, a prática de trilha como a mais realizada, aumento na escolaridade de praticantes de esportes de aventura, desenvolvimento de consciência ecológica com a prática, muita falta de realizar as atividades/esportes de aventura durante a quarentena da covid-19, quebra da quarentena para a prática, substituição por outras práticas de atividades físicas durante a quarentena, grande influência da família na escolha pela prática, 88% disseram sentir vontade de realizar atividade/esporte de aventura após assistir um programa televisivo. Assim, nossa pesquisa busca colaborar de forma crítica e reflexiva com a educação física, compreendendo a chegada deste componente ao currículo da educação física escolar através da Base Nacional Comum Curricular.

Palavras-chave: Atividades esportivas. Meio ambiente. Meios de comunicação de massa.

Atividades de lazer.

ABSTRACT

PORRETTI, Marcelo Faria. *The media influence on adventure sports: the meanings present in Canal Off and the concept of practitioners in the midst of the COVID-19 Pandemic*. 2021. 232 f. Tese (Doutorado em Ciências do Exercício e do Esporte) - Instituto de Educação Física e Desportos, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

The motivation for carrying out this study touches on the relationships between the media and adventure sports. Our general objective is to investigate the relationship between the media and adventure sports in nature with today's society, in an effort to elucidate the meanings and media culture of a specific channel of these practices. For this, we developed four studies. The first presents an integrative literature review seeking the paths that adventure sports and television media have taken over the past 30 years. Through a search in the Medline (via Pubmed), LILACS (via BVS/regional), EMBASE, CINAHL, SPORTdiscus and SCIELO databases and in the gray literature, we reached 23 studies, generating seven categories: Glorification of risk, media segmentation, commodification, historical studies, social studies, term polysemy and educational studies. In the second study, we analyzed some of the meanings of the Adaptive Sport and Leisure project approach exhibited by Canal Off, which serves people with spinal cord injury, using kayaking as a strategy to assist in the recovery and inclusion process. Explaining the coexisting meanings in the speeches, including what is said, what is implicit and what is silenced. Unveiling benefits related to playfulness, autonomy and self-confidence, arising from the participants' narratives, who are confronted with the non-explicit side effect, in which the spectator can have an anesthetized sensitivity when he is excused from reflecting on other forms of protagonism, such as the political, for example. In the third study, we searched for the media discourses praised by Canal Off of adventure sports, investigating a one-week schedule of the Canal, 15 categories emerged: Preservation and contact with nature; History of adventure sports; Evolution of adventure sports; Female inclusion; Global social contexts; Maintenance of quality of life and health; Challenge, overcoming and reconnection; Emergence and revelation of athletes; Fun and training; Sponsorship; Photo and filming; Longing; Tracks and private spaces; Adrenaline, risks, adventure, madness; Sound and musicality. Through these categories it is demonstrated the technological evolution, greater specificity of themes in search of viewers. The fourth study discriminated adventure sports and media in the period of the covid-19 pandemic, gathering data from adventure sports practitioners. We obtained 318 responses to an *online* questionnaire revealing 14% of media influence in the choice to practice adventure sports. It was also demonstrated: greater female participation, hiking as the most common practice, increased education of adventure sports practitioners, development of ecological awareness with the practice, much lack of performing adventure activities/sports during the quarantine of covid-19, breaking the quarantine for the practice, replacement by other physical activity practices during the quarantine, great influence of the family on the choice for the practice, 88% said they felt like performing adventure activities/sports after watching a television program. Thus, our research seeks to collaborate in a critical and reflective way with physical education, including the arrival of this component in the physical education curriculum at school through the National Common Curriculum Base.

Keywords: Sports activities. Environment. Mass media. Leisure activities.

RESUMEN

PORRETTI, Marcelo Faria. *La influencia mediática en los deportes de aventura: los significados presentes en Canal Off y el concepto de practicantes en medio de la pandemia COVID-19*. 2021. 232 f. Tese (Doutorado em Ciências do Exercício e do Esporte) - Instituto de Educação física e Desportos, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

La motivación para realizar este estudio toca la relación entre los medios de comunicación y los deportes de aventura. Nuestro objetivo general es investigar la relación entre los medios de comunicación y los deportes de aventura en la naturaleza con la sociedad actual, en un esfuerzo por dilucidar los significados y la cultura mediática de un canal específico de estas prácticas. Para ello, desarrollamos cuatro estudios. El primero presenta una revisión integradora de la literatura que busca los caminos que han tomado los deportes de aventura y los medios televisivos durante los últimos 30 años. Mediante una búsqueda en las bases de datos Medline (vía Pubmed), LILACS (vía BVS / regional), EMBASE, CINAHL, SPORTdiscus y SCIELO y en la literatura gris, llegamos a 23 estudios, generando siete categorías: Glorificación del riesgo, segmentación de medios, mercantilización, estudios históricos, estudios sociales, polisemia de término y estudios educativos. En el segundo estudio, analizamos algunos de los significados del enfoque del proyecto Adaptive Sport and Leisure exhibido por Canal *Off*, que atiende a personas con lesión de la médula espinal, utilizando el kayak como una estrategia para ayudar en el proceso de recuperación e inclusión. Explicar los significados que conviven en los discursos, incluyendo lo que se dice, lo que está implícito y lo que se silencia. Revelar beneficios relacionados con la alegría, la autonomía y la autoconfianza, derivados de las narrativas de los participantes, que se enfrentan al efecto secundario no explícito, en el que el espectador puede tener una sensibilidad anestesiada cuando se le excusa de reflexionar sobre otras formas de protagonismo. como el político, por ejemplo. En el tercer estudio, buscamos los discursos mediáticos elogiados por Canal *Off* de los deportes de aventura, investigando una programación de una semana del Canal, surgieron 15 categorías: Preservación y contacto con la naturaleza; Historia de los deportes de aventura; Evolución de los deportes de aventura; Inclusión femenina; Contextos sociales globales; Mantenimiento de la calidad de vida y la salud; Desafío, superación y reconexión; Aparición y revelación de deportistas; Diversión y entrenamiento; Patrocinio; Foto y filmación; Anhelo; Pistas y espacios privados; Adrenalina, riesgos, aventura, locura; Sonido y musicalidad. A través de estas categorías se demuestra la evolución tecnológica, mayor especificidad de los temas en busca de espectadores. El cuarto estudio discriminó los deportes de aventura y los medios de comunicación en el período de la pandemia covid-19, recopilando datos de los practicantes de deportes de aventura. Obtuvimos 318 respuestas a un cuestionario en línea que revela el 14% de la influencia de los medios en la elección de practicar deportes de aventura. También se demostró: mayor participación femenina, senderismo como práctica más común, mayor educación de los practicantes de deportes de aventura, desarrollo de la conciencia ecológica con la práctica, mucha falta de realización de actividades / deportes de aventura durante la cuarentena del covid-19, rompiendo la cuarentena. para la práctica, sustitución por otras prácticas de actividad física durante la cuarentena, gran influencia de la familia en la elección de la práctica, el 88% manifestó tener ganas de realizar actividades / deportes de aventura luego de ver un programa de televisión. Así, nuestra investigación busca colaborar de manera crítica y reflexiva con la educación física, incluyendo la llegada de este componente al currículo de educación física en las escuelas a través de la Base Curricular Común Nacional.

Palabras clave: Actividades deportivas. Medio ambiente. Medios de comunicación en masa.

Actividades de ocio.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Distribuição das referências bibliográficas obtidas nas bases de dados, segundo as palavras-chave.	35
Figura 2 – Cena da “pílula” Pedro Oliva.....	61
Figura 3 – Cena da “pílula” Pedro Oliva.....	62
Figura 4 – Cena da “pílula” Pedro Oliva.....	63
Figura 5 – Cena da “pílula” Pedro Oliva.....	64
Figura 6 – Cena da “pílula” Pedro Oliva.....	65
Figura 7 – Nuvem de palavras das metáforas e expressões mais observadas	85
Figura 8 – Cena da série Skate no Quintal	89
Figura 9 – Cena da série Skate no Quintal	90
Figura 10 – Cena do Canal <i>Off</i>	96
Figura 11 – Momento de diversão na casa de Gabriel Medina	109
Figura 12 – Imagem das marcas de roupa patrocinadoras.....	110
Figura 13 – Exemplo de postagem na página do Canal <i>Off</i> no Facebook.....	114
Figura 14 – Esquema comparativo Canal <i>Off</i> X estudos de Betti (1997,1999).....	122
Figura 15 – Redes sociais do Canal <i>Off</i>	129
Figura 16 – Linha do tempo dos esportes de aventura em associação com a mídia	172

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Índice de visitação em unidades de conservação federais (2007-2019).....	25
Gráfico 2 – Idades dos respondentes	135
Gráfico 3 – Gênero dos respondentes.....	136
Gráfico 4 – Estado civil dos respondentes.....	137
Gráfico 5 – Grau de escolaridade dos respondentes.....	138
Gráfico 6 – Localização de residência dos respondentes	139
Gráfico 7 – Profissões mais citadas pelos respondentes.....	140
Gráfico 8 – Faixa de renda mensal dos respondentes.....	140
Gráfico 9 – Atividades/esportes de aventura mais praticados pelos respondentes.....	142
Gráfico 10 – Tempo de prática dos respondentes.....	143
Gráfico 11 – Frequência de prática dos respondentes	144
Gráfico 12 – Fator econômico/material que poderia limitar a prática dos respondentes	144
Gráfico 13 – Desenvolvimento da consciência ecológica na visão dos respondentes	145
Gráfico 14 – Trabalho durante a pandemia	148
Gráfico 15 – Relacionado aos respondentes que estavam trabalhando fora de casa.....	149
Gráfico 16 – Reações dos respondentes à quarentena.....	150
Gráfico 17 – Reações, substituições e utilização do tempo durante a pandemia	151
Gráfico 18 – Práticas de atividades físicas durante a quarentena.....	152
Gráfico 19 – Atividades físicas realizadas durante a quarentena pelos 66% dos respondentes que continuaram a se exercitar	153
Gráfico 20 – Nível do sentimento de falta das atividades/esportes de aventura durante a quarentena pelos respondentes	154
Gráfico 21 – Ocupação do tempo livre durante a pandemia pelos respondentes.....	155
Gráfico 22 – O que foi mais desafiador durante a quarentena para os respondentes.....	156
Gráfico 23 – Resistência ou não à fase de isolamento	157
Gráfico 24 – O que vem à sua mente assistindo programação de atividades/esportes de aventura	159
Gráfico 25 – Motivo que levou à prática pelos respondentes.....	159
Gráfico 26 – Influência da mídia na busca pela prática	160
Gráfico 27 – As mídias que influenciaram 14% dos respondentes na busca pela prática.....	161
Gráfico 28 – Os motivos que influenciaram 86% dos respondentes na busca pela prática ...	162

Gráfico 29 – Reação ao assistir um programa de atividades/esportes de aventura	163
Gráfico 30 – Contribuições dos respondentes	165

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Quadro síntese	36
Quadro 2 – Classificação geral dos esportes radicais.....	46
Quadro 3 – Dimensões educacionais.....	54
Quadro 4 – Programas selecionados e analisados durante uma semana	79
Quadro 5 – Relação das aparições dos esportes de aventura durante a semana 23/05/20 a 29/05/20, na programação do Canal <i>Off</i>	83
Quadro 6 – Categorias do Canal Off e discursos de Betti (1997)	94
Quadro 7 – Contribuições dos respondentes (respostas discursivas)	166

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABETA	Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura;
ABRACOM	Associação Brasileira das Agências de Comunicação;
ABTA	Associação Brasileira de TV por Assinatura;
AFAN	Atividades Físicas de Aventura na Natureza;
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações;
BNCC	Base Nacional Comum Curricular;
CBAA	Congresso Brasileiro de Atividades de Aventura;
CEV	Centro Esportivo Virtual;
CONBRACE	Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte;
COVID-19	Corona Virus <i>Disease</i> 2019;
DEDS	Década da Educação para o Desenvolvimento Sustentável;
EDS	Educação para o Desenvolvimento Sustentável;
ELA	Projeto Esporte e Lazer Adaptativo;
EUA	Estados Unidos da América;
ICMBio	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade;
LEL	Laboratório de Estudos do Lazer;
ONU	Organizações das Nações Unidas;
PEC	Proposta de emenda constitucional;
PCN's	Parâmetros Curriculares Nacionais;
SNUC	Sistema Nacional de Unidades de Conservação;
TV	Televisão;
WWF	Fundo Mundial da Natureza;

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	19
1	ESPORTES DE AVENTURA E MÍDIA TELEVISIVA: UMA REVISÃO INTEGRATIVA DA LITERATURA	30
1.1	Introdução	30
1.2	Métodos	32
1.2.1	<u>Fontes de pesquisa e estratégia de busca</u>	32
1.2.2	<u>Seleção dos estudos e extração dos dados</u>	33
1.3	Resultados	34
1.4	Discussão	43
1.4.1	<u>Categoria 1: Estudos Históricos</u>	44
1.4.2	<u>Categoria 2: Polissemia do termo</u>	45
1.4.3	<u>Categoria 3: Social</u>	47
1.4.4	<u>Categoria 4: Segmentação da mídia</u>	49
1.4.5	<u>Categoria 5: Mercantilização</u>	50
1.4.6	<u>Categoria 6: Glorificação do risco</u>	51
1.4.7	<u>Categoria 7: Estudos educacionais</u>	53
1.5	Considerações finais	54
2	SENTIDOS QUE O ESPORTE DE AVENTURA PODE ALCANÇAR NA MÍDIA: O CANAL <i>OFF</i> E SUAS PÍLULAS	56
2.1	Introdução	56
2.2	Metodologia	58
2.3	Resultados e discussão	60
2.3.1	<u>Primeira parte – entendendo o que foi dito</u>	60

2.3.2	<u>Segunda parte – entendendo o que está implícito</u>	65
2.3.3	<u>Terceira parte – entendendo o que está silenciado</u>	66
2.3.4	<u>Quarta parte – dialogando com o que foi dito, o que está implícito e silenciado</u>	67
2.4	Considerações finais	71
3	CONTEÚDOS ENALTECIDOS PELO CANAL <i>OFF</i>	74
3.1	Introdução	74
3.2	Metodologia	77
3.3	Apresentação dos resultados da programação semanal	79
3.4	Descrição dos resultados dos programas selecionados	80
3.4.1	<u>Títulos</u>	80
3.4.2	<u>Temas (Modalidades)</u>	83
3.4.3	<u>Metáforas, palavras e expressões</u>	84
3.4.4	<u>Fontes</u>	86
3.4.5	<u>Elementos visuais e narrativas</u>	86
3.5	Continuando as análises e iniciando as discussões	88
3.6	Discussão: compreendendo as narrativas de Betti (1997)	92
3.7	Conteúdos enaltecidos pelo Canal <i>Off</i>	94
3.8	Discussão das categorias identificadas durante os discursos enaltecidos segundo nossa análise do Canal <i>Off</i>	95
3.8.1	<u>Preservação e contato com a natureza</u>	95
3.8.2	<u>História dos esportes de aventura</u>	99
3.8.3	<u>Evolução dos esportes de aventura</u>	100
3.8.4	<u>Inclusão feminina nos esportes de aventura</u>	101
3.8.5	<u>Contextos sociais globais</u>	103

3.8.6	<u>Manutenção de qualidade de vida e saúde</u>	104
3.8.7	<u>Desafio, superação e reconexão</u>	105
3.8.8	<u>Surgimento e revelação de atletas</u>	107
3.8.9	<u>Diversão e treinamento</u>	108
3.8.10	<u>Patrocínio</u>	110
3.8.11	<u>Foto e filmagem</u>	113
3.8.12	<u>Saudosismo</u>	115
3.8.13	<u>Pistas e espaços particulares</u>	116
3.8.14	<u>Adrenalina, riscos, aventura, loucura</u>	118
3.8.15	<u>Sonorização e musicalidade</u>	119
3.9	<u>Conclusão</u>	121
4	LEVANTAMENTO <i>ONLINE</i> COM OS PRATICANTES DE ESPORTES DE AVENTURA	126
4.1	Introdução	126
4.2	Metodologia	130
4.2.1	<u>Contexto e participantes</u>	131
4.2.2	<u>Instrumento de coleta de dados</u>	132
4.2.3	<u>Análise de dados</u>	133
4.2.4	<u>Procedimentos para maximizar a confiabilidade</u>	134
4.2.5	<u>Procedimentos éticos</u>	134
4.3	Resultados e discussão	134
4.4	Modalidades dos praticantes, mídia e pandemia	142
4.5	Considerações finais	169
	CONCLUSÃO	171
	REFERÊNCIAS	184

GLOSSÁRIO	197
APÊNDICE A – Parte de nosso rascunho digital	210
APÊNDICE B – Questionário <i>online</i>	214
APÊNDICE C – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	218
APÊNDICE D – Quadro de profissões dos entrevistados	220
APÊNDICE E – Quadro das modalidades de atividades/esportes dos respondentes	223
ANEXO A – Figuras de prints da Programação do Canal Off (exemplo)	225
ANEXO B – Créditos das imagens do quadro da linha do tempo	227

INTRODUÇÃO

Envolvidos pela subjetividade da pesquisa e apoiados em Thomas, Nelson e Silverman (2012, p. 309), onde citam que “todos os pesquisadores entram em seus estudos com inclinações próprias”, iniciaremos a introdução com as afeições que nos levaram ao desenvolvimento desta tese, apresentando a temática que iremos estudar ao longo de quatro capítulos (artigos).

Na realização do curso de mestrado em Ciências da Atividade Física na Universidade Salgado de Oliveira apresentamos alguns caminhos para trabalharmos a temática meio ambiente na educação física escolar, onde conteúdos relacionados à educação olímpica, jogos modificados e esportes na natureza, podiam perpassar à educação ambiental, o desenvolvimento sustentável e a educação para o desenvolvimento sustentável (PORRETTI, 2011).

Seguindo este caminho e trabalhando em um município cercado por paisagem natural exuberante (Petrópolis-RJ), existia um convite aberto a nos aproximarmos dos esportes na natureza. Que por sua vez, veio a fazer parte oficialmente dos conteúdos da Educação Física Escolar através das Práticas Corporais de Aventura na Base Nacional Comum Curricular (BNCC) (BRASIL, 2018). Anteriormente desenvolvíamos ações relacionadas aos temas transversais dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN's), (BRASIL, 1998), em que atrelávamos a temática meio ambiente.

Pelo caminho acadêmico percorrido, iremos nesta tese dialogar com os esportes de aventura, sendo esta uma temática crescente no contexto da educação física escolar, e a mídia, que perpassa a vida cotidiana de todos nós. Iremos apresentar neste início algumas literaturas e indagações que irão percorrer todo o nosso trabalho. A educação física é cercada pela mídia, seja nos esportes que nela são transmitidos, nos noticiários sobre times de futebol, nas reportagens das mais diversas modalidades esportivas. A qualidade de vida que “emana” de quem pratica atividade física é passada direta e indiretamente, pelo poder de comunicação exercido pela mídia.

Os esportes e a mídia sempre tiveram uma relação próxima, simbiótica, embora pertençam a organizações distintas completam-se com os conteúdos produzidos. Essa trajetória é descrita por Rowe (2004), Lever e Wheeler (1993), em que apontam as aproximações desta tradição desde os anos 1800, com manutenção e crescimento durante os anos 1900, iniciando-se pelos meios de comunicação escrita e posteriormente avançando pelo campo de entretenimento de som e imagem, como forma de anunciar e notificar as programações esportivas, gerando receita e sendo compreendido como meios de comunicação comerciais.

A mídia se interessa por conteúdos geradores de debates, atraindo leitores, ouvintes e espectadores, e os esportes sempre forneceram informações capazes de captar a atenção, desde apostas em *PUB's* ingleses (tipo de bar) nos anos 1800 (ROWE, 2004), passando por coberturas de lutas de boxe e corrida de cavalos nos Estados Unidos desde 1850 (LEVER; WHEELER, 1993). No Brasil as corridas de cavalo e o remo faziam parte das coberturas de imprensa, no final do século XIX temos as fundações dos Clubes de Regatas, do Botafogo em 1894, do Flamengo em 1895 e Vasco da Gama em 1898, no início do século XX, em 1902 surge também o Fluminense Football Club. Os vínculos entre esporte e mídia só aumentavam, consolidando coberturas jornalísticas no surgimento do esporte moderno (GASTALDO, 2011; SANTANA, 2021).

Mesmo sendo o esporte no início do século XX praticado pelas elites, o fenômeno da comunicação fazia a propagação dos eventos esportivos, atraindo torcedores. Desde o telégrafo, passando por revistas, jornais, cinema, rádio até a chegada da televisão esta relação sempre ocorreu na busca do fenômeno audiência. Na Copa do Mundo de futebol em 1938 realizada na França tivemos a primeira transmissão intercontinental de rádio, e nas Olimpíadas de Tóquio em 1964 ocorreu a primeira transmissão de TV via satélite cruzando o oceano Pacífico. A história da mídia brasileira retrata a importância do esporte no campo do entretenimento, do jornalismo, sobretudo no futebol, vide a transmissão de maior número de televisores ligados (98%) às três horas da madrugada na copa do mundo de 2002 para o jogo Brasil e Inglaterra (GASTALDO, 2011).

A mídia é eficiente, e vem construindo ao longo dos anos uma relação de confiança. Ao assistir determinado programa de televisão, o público é recompensado, ele procura determinada informação e obtém, essa relação de procura e obtenção de respostas acaba por gerar uma familiaridade e credibilidade, sustentada pela identificação ideológica do público, o papel do marketing existente por trás das câmeras é fidelizar o destinatário das informações. Estas são as estratégias de fidelização do telespectador, criadas de forma efetiva, vibrante, agradável e bonita, as reportagens são construídas a fim de levar muito mais do que informações (HERNANDES, 2017).

No papel fundamental da comunicação, transmitem-se notícias, ideologias, fatos e verdades, no entanto, estas apresentações da arte de comunicar possuem subjetividades, objetividades e grandes controvérsias (HERNANDES, 2017). A manipulação das informações, as edições das imagens são feitas de forma a cativar o telespectador. O que na contemporaneidade encontra-se influenciada pela perspectiva do que Bauman (2001) chama de modernidade líquida, em que as modificações de ideias e ideais são atropeladas pela velocidade

de informações a que nós estamos sendo submetidos a cada dia, a cada avanço tecnológico e sobre influência da mídia.

A representação de uma cultura midiática do bem pode ser notada, através de falas e programações sobre o respeito ao meio ambiente, a preocupação com a reciclagem e sustentabilidade, a preocupação com a saúde cultuando o corpo como objeto para consegui-la (NETO, 2006).

Como exemplo, citamos Cândido *et al.* (2016) que ao analisar o quadro “Medida Certa” exibido pelo programa Fantástico da rede Globo, afirma que é preciso ter cuidado com a forma que a mídia aborda o imaginário do telespectador, procurando moldá-lo para buscar uma mudança; neste caso, significativamente a busca por um “Corpo Tecnológico”, em que neste modelo estaria livre de todos os males, trazendo uma saúde inabalável. Ligando o telespectador a reconstrução de um corpo, um corpo do bem, em que disfarçadamente agregam-se pacotes de academia, produtos alimentícios específicos, roupas e demais produtos.

Betti (2003) afirma a importância e o poder do diálogo que a educação física deve exercer para mediar este debate. Desta forma, a educação física entendendo os sentidos da cultura corporal do movimento, instrumentalizaria o que é transmitido pelos meios de comunicação, levando o ser humano a refletir sobre o esporte, os jogos, e seus reais benefícios para melhoria da qualidade de vida. Na atualidade, em um mundo globalizado, as imagens e atrações midiáticas promovem a espetacularização dos esportes e sua mercantilização na sociedade atual que vive mudanças constantes, aceleradas e com informações atualizadas instantaneamente (BETTI, 1999; BAUMAN, 2007).

Lançando mão da teoria da ação comunicativa de Habermas (1988), as facetas da mídia se traduzem em uma exposição sofisticada e complexa, que desenvolve os caminhos de consensos discursivos, em que, ocorrem ações estratégicas do sujeito falante buscando um sujeito ouvinte que comportasse de forma a ser recebedor de uma fala que o preencha. Em outra categoria de Habermas, o mundo vida, temos a busca comunicativa de consensos, existindo uma procura por um espectador/consumidor específico, podendo levar a consonâncias na ação comunicativa.

Em um princípio de integração social, existem mecanismos de comunicação que vão orientar o mundo vida, facilitando o compartilhamento de convicções, de conteúdos condicionais a um diálogo com o telespectador. As convicções construídas pelo sujeito ouvinte pode ser saciada em determinadas intersubjetividades midiáticas, intuitivamente conteúdos transcendem a unidade, provindo de participação mútua, por vezes emitindo sentidos e sentimentos. Apesar de uma comunicação frágil, encontra eco e êxito no mundo real. A

linguagem que serve de entendimento entre os atores também alimenta o conteúdo, e como uma ação coordenada se estabelece uma renovação das relações entre o sujeito falante, e o sujeito ouvinte (HABERMAS, 1988).

A funcionalidade desta relação descrita por Habermas (1988) encontra consenso nas estratégias de marketing e fidelização de telespectadores, embora determinados conteúdos tenham acesso privilegiado, como os canais por assinatura por exemplo. Neste momento, podem ocorrer através das ações estratégicas descritas pelo autor a divisão de subsistemas, o econômico e o estatal. Podendo até determinado limite se estabelecer o que pode ser comprado e o que pode ser vendido, características de um mundo globalizado e capitalista, ancorado na evolução da mídia.

Santaella (2002a) alerta que a linguagem e comunicação audiovisual é híbrida, em que, se misturam imagens e linguagem verbal. Em meados da década de 1980 um ajuntamento do cinema favoreceu o surgimento de videocliques curtos. Nestas misturas, a televisão desenvolveu-se avassaladoramente, televisores em preto e branco começam a sair de cena. As imagens captam sentidos e lançam um fascínio sobre os telespectadores, abrindo precedentes para um progresso tecnológico e digital que se aproximava (SABINO *et al.*, 2016; MUANIS, 2012).

Canais por assinatura foram criados no intuito de abraçar estes nichos de telespectadores que buscam ocupação para suprir carências de uma vida moderna (NETO, 2006). Dentro destas categorias de canais por assinatura, surgiram vários canais esportivos na televisão brasileira, dentre eles, o que será nosso objeto de estudo, o Canal *Off*, surgido em 2011 trabalha com as questões dos esportes de aventura. Pertencente ao sistema globo de televisão, desenvolvendo programas relacionados às modalidades esportivas realizadas no ar, na terra, água e neve que descreveremos a seguir. O canal aborda frequentemente as temáticas ambientais e os esportes na natureza (CANAL *OFF*, 2018).

Paralelamente a estas questões, as Escolas de Educação Física por todo o país durante as últimas décadas começaram a desenvolver disciplinas ligadas ao esporte de aventura. Na educação física brasileira um dos primeiros autores a se debruçar sobre os estudos dos esportes de aventura foi Uvinha (2001), descrevendo que por conta das mídias recebemos os primeiros contatos com estes esportes, e por conta disso a população de crianças e jovens foram as mais influenciadas.

É necessário explicitar o debate existente na literatura em torno dos termos ligados à nossa temática, em que Munhoz e Gonçalves Jr. (2004, p.2) apontam:

Esportes em Integração com a Natureza, Esportes Radicais, Esportes de Aventura na Natureza, Esportes Californianos, Esportes em Liberdade, Esportes Selvagens, Atividades Deslizantes de Aventura e Sensação na Natureza, Atividades Esportivas de Diversão e Turísticas de Aventura, Esportes Tecnológicos e Novos Esportes.

Eles relatam que os termos mostram afinidades e características para fins das atividades que desenvolvem. Mas, ainda encontramos na literatura outros termos como: Esportes de Aventura, Esportes de Ação, Esportes Extremos, Esportes na Natureza, Atividades Físicas de Aventura na Natureza (AFAN), Atividades de Aventura, Práticas Corporais de Aventura (presente na BNCC), embora já viesse sendo debatido há algum tempo. Sendo o mais recente o termo Aventura, apresentado por Pereira (2020), não mais qualificado como adjetivo e sim substantivo.

Em 1994 surge o termo Jogos Extremos (Extreme Games), jogos que eram controlados pela TV americana ESPN e foram disputados pela primeira vez em 1995, e a partir 1996 começaram a se chamar X Games (RINEHART, 1998). Como veremos mais à frente esta modificação estaria ligada a Geração X, que segundo Comazzetto *et al.* (2016), é o público que nasceu de 1965 a 1977, estas pessoas teriam características de serem individualistas, irreverentes, autoconfiantes, gostando de encarar desafios e oportunidades.

A exemplo das definições de termos, podemos citar os esportes californianos, que ganhou este nome pela localização geográfica em que eram praticadas algumas modalidades, no estado da Califórnia, nos Estados Unidos (BRANDÃO, 2012). Já Uvinha (2001) mostra o termo esportes radicais, atrelando-o a correr riscos, perigos, estando ligado a uma cultura jovem. A mídia na época considerava as pessoas até 35 anos como jovens, atualmente, a Proposta de Emenda Constitucional (PEC) da Juventude de 2010, delimita que a população jovem varia de 15 a 29 anos (PEC 138/03). Em sua tese, Uvinha (2003) verificou que o termo radical estava ligado à aventura, natureza, verão, outdoor, extremos e alternativos. Ele ainda associa a prática destes esportes ao turismo, mais especificamente ao ecoturismo. O que nos leva a entender um pouco mais da variação e possibilidades desta prática.

Os esportes radicais para Pereira *et al.* (2008), após análise de conceituações anteriores, deveriam assumir a junção dos termos esportes de aventura e esportes de ação, sem perder as características e historicidades. Neste trabalho é importante destacar a marginalidade que algumas práticas de aventura recebiam, como o skate. Outra característica de quem pratica os esportes radicais apontado pelos autores eram os ganhos na intensificação das emoções, na qualidade de vida, na quebra da rotina e um suposto rejuvenescimento.

A natureza, o meio ambiente tem lugar de destaque na prática das atividades físicas e esportivas de aventura. Trazendo um pouco da história do montanhismo no Rio de Janeiro, Lucena (2006) descreve que nos primórdios as ascensões em montanhas tinham apenas caráter exploratório, somente com a chegada da família real em 1808 é que começaram as primeiras incursões esportivas. Relata que Dom Pedro I acompanhou pessoalmente a abertura de uma trilha ao morro do corcovado. Uma das primeiras escaladas que se tem notícia foi o morro do Pão de Açúcar, e, ainda no século XIX descreve a conquista da Pedra do Sino (Teresópolis) e do Pico das Agulhas Negras (Itatiaia). Abrindo cenário para muitas outras conquistas no século XX, como o Dedo de Deus em 1912.

No cenário carioca de belezas naturais Dias e Alves Jr. (2007) descrevem os esportes na natureza, mesmo apontando as polissemias dos conceitos, constataram que este termo se encaixava melhor com sua pesquisa. A natureza fazia parte, e, era parte das atividades que estudaram “montanhismo, voo livre, surfe e seus congêneres (kitesurfe, windsurfe e bodyboarding)” (DIAS E ALVES JR. 2007, p. 22). Nos relatos é possível identificar como a natureza fazia parte do contexto, perpassando o simbolismo de bandeirantes pós-modernos, a associação ao marketing esportivo às atividades na natureza e o ecologismo.

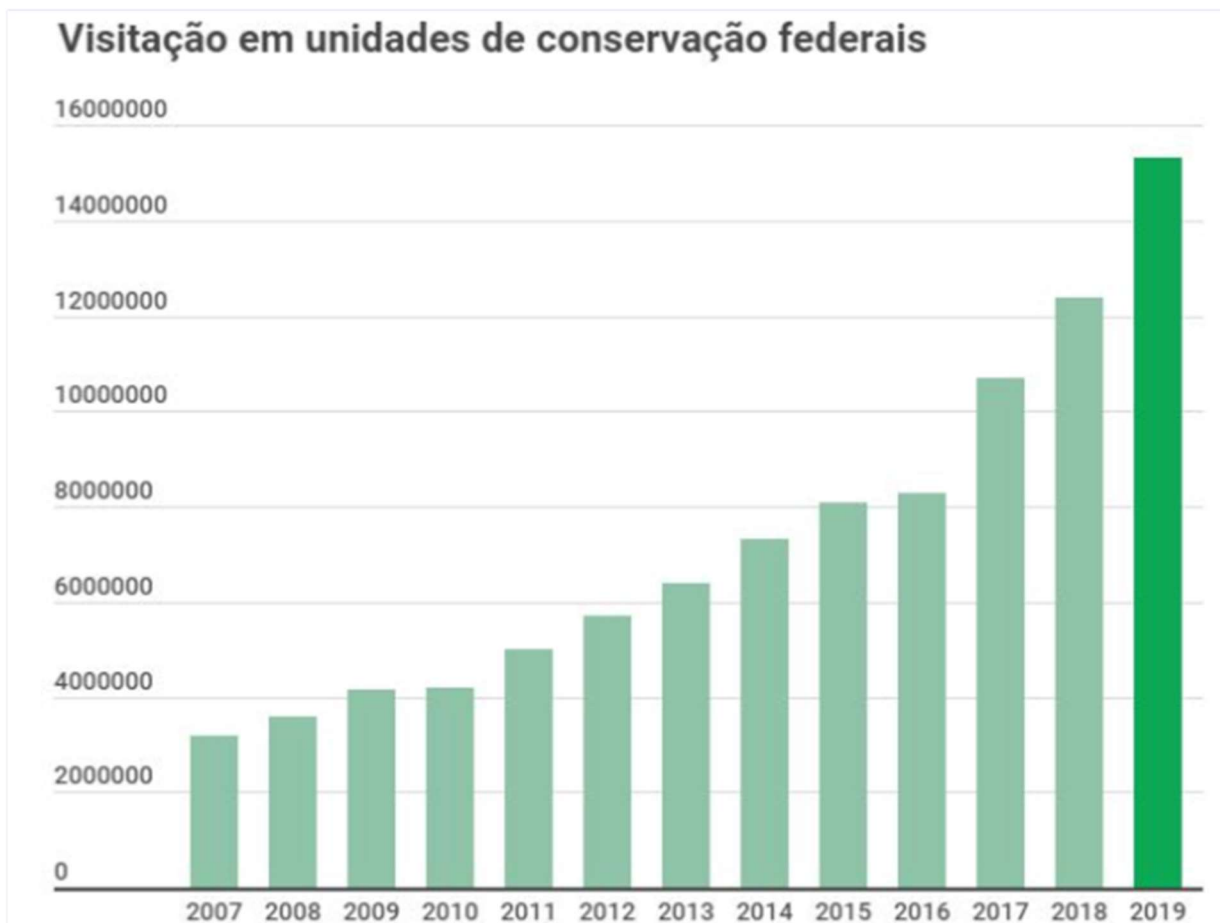
A imprevisibilidade do ambiente natural ditava a conduta dos praticantes, sendo o meio ambiente uma das marcas fundadoras das modalidades pesquisadas por Dias e Alves Jr. (2007). A sensibilidade com o meio ambiente se fazia presente, os cuidados com o meio natural eram como um pacto para os praticantes.

Pimentel e Saito (2010) lançam mão do termo Atividades de Aventura, em pesquisa realizada identificaram estar ligado ao turismo e ao esporte de aventura, com ações institucionalizadas e situações de risco controlado. Alertando para desigualdade de acesso, que afasta pessoas com menor poder econômico, devendo a educação física debruçar-se sobre este fenômeno que é pouco trabalhado. Ainda questionam a relação com os elementos da natureza durante a prática, pouco citada pelos respondentes da pesquisa que realizaram.

A busca pela natureza, por vezes, vem como uma ideia de renúncia ao luxo, a um modo de vida consumista, mas, o fato é que o ecoturismo assume um papel fundamental nestas ocasiões, causando uma situação de interdependência. A natureza faz parte da atividade, alguns locais em trilhas têm acomodações simples, fazendo o público realmente sentir o contato com o meio natural. As visitas à natureza são parte de um cotidiano do participante que busca por essas atrações (acampamentos, rafting, montanhismo, boia-cross entre outras), entretanto, é inegável que exista uma questão ambiental presente. Nesta visão ganha força a questão do lazer, indissociável nas atividades de aventura (BRUNHS, 2009).

Esse anseio por ambientes naturais vem aumentando nos últimos anos como mostra o gráfico um (1) abaixo, onde foram contabilizadas 15.335,272 visitas em unidades de conservação federais em 2019, número 20% superior em relação a 2018 (ICMBio, 2020):

Gráfico 1 – Índice de visitação em unidades de conservação federais (2007-2019)



Fonte: ICMBio (2020).

Nessa vertente do meio natural, existe uma conceituação espanhola de Betrán e Betrán (2016) sugerindo uma nova taxionomia para as Atividades Físicas de Aventura na Natureza (AFAN). Fazendo uma revisão da Taxionomia proposta em 1995, na qual ocorria uma divisão em três grandes grupos, modalidades no ar, na terra e na água, onde identificou 33 práticas na natureza. Na atual, sugerida em 2015 por conta do avanço tecnológico propõe, uma nova divisão com quatro grandes grupos: modalidades no ar, na terra, na água e fogo, onde identificaram 98 práticas.

Cabe destacar que a classificação de Betrán e Betrán (2016) ao utilizar a palavra fogo, realiza menção aos esportes que dependem de alguma maneira de combustíveis fósseis, ou seja, necessitam de motores que geram combustão, como por exemplo, um parapente motorizado ou

uma moto aquática. Cabendo neste ponto uma manifestação de que estes equipamentos são poluentes do meio ambiente, os PCN's já alertavam que: "Se por um lado é possível perceber nessas práticas uma busca de proximidade com o ambiente natural, também é necessário estar atento para as consequências da poluição sonora, visual e ambiental que essas atividades podem causar" (BRASIL, 1998 p. 40).

Diversos autores trazem a narrativa da preocupação ambiental na prática dos esportes de aventura na natureza, tanto no contexto escolar como não escolar, como por exemplo: Osborne da Costa (2006), Marinho e Bruhns (2006), Bruhns (2009), Porretti *et al.* (2013) e Maria da Silva (2015). Atualmente a BNCC descreve que as práticas corporais de aventura no desenvolvimento de suas habilidades devem respeitar o patrimônio natural, minimizando impactos de degradação ambiental (BRASIL, 2018).

Outro documento gerador de debate é a Agenda 2030 proposta pela Organização das Nações Unidas (ONU), em que apresenta como objetivo principal a busca de um desenvolvimento sustentável, trazendo o esporte como importante facilitador neste processo, devendo ele também possuir preocupações em proteger o meio ambiente (PLATAFORMA AGENDA 2030, 2021). Sendo assim, a nova taxionomia proposta por Betrán e Betrán (2016) acaba por impactar nas questões ambientais por envolver a categoria fogo nos esportes de aventura na natureza, podendo criar um contrassenso nesta questão.

No cenário brasileiro as Práticas Corporais de Aventura, da BNCC, definem a temática em que "exploram-se expressões e formas de experimentação corporal centrada nas perícias e proezas provocadas pelas situações de imprevisibilidade que se apresentam quando o praticante interage com um ambiente desafiador" (BRASIL, 2018, p. 220). Em seguida, apresentam as mesmas divergências de termos que estamos apresentando em nosso trabalho "costumam receber outras denominações, como esportes de risco, esportes alternativos e esportes extremos" (BRASIL, 2018, p. 220).

Entretanto, alguns autores questionam o documento oficial. Apontando incoerências e inconsistências da BNCC de educação física, Neira (2018) confrontando a teorização do currículo narra o retorno de princípios tecnocráticos, retrocedendo aos conhecimentos já produzidos para uma produção curricular de educação física, fechando-se as portas ao diálogo. Novaes *et al.* (2020) mostram que o discurso neoliberal trazendo o poder do capital, insurge nas regras mercadológicas que acabaram por compor o currículo explicitado no documento oficial. A lógica do consumo parece estar presente no documento, carecendo assim, uma visão crítica e questionadora ao utilizar o documento.

Entender o percurso histórico da chegada das Práticas Corporais de Aventura à BNCC é um desafio que compreende desde o surgimento dos esportes de aventura no Brasil, ao momento atual midiático. Mas, sobretudo seu diálogo e aparições no contexto da mídia televisiva, que parece utilizar os esportes de aventura para captar mais audiência e telespectadores.

Sobre o termo esporte associado à aventura compreendemos para o nosso trabalho a visão de Tubino (2001) onde o esporte não é visto como fenômeno único voltado para competição de alto rendimento, favorecendo a participação somente de atletas, e sim, com uma dimensão mais ampla, envolvendo os aspectos competitivos, educacionais, de participação, de lazer e recreação. Assim, utilizaremos predominantemente em nosso trabalho o termo esporte de aventura, entendendo ser este um dos mais utilizado pela mídia.

Marchi Júnior (2015) trabalhando as perspectivas históricas e interpretações conceituais aponta um modelo analítico que pode se alinhar com nossa construção de tese. Uma polissemia dimensional, amplia as discussões e possibilidades do termo esporte, o modelo analítico chamado de “5 E’s” por Marchi Júnior situa a discussão em torno de Emoção, Estética, Ética, Espetáculo e Educacional. Neste contexto, a Emoção associa o praticante de esportes a situações de desafios e riscos controlados; na Estética o desenvolvimento de um estado de bem-estar se faz presente; na Ética abraça um conjunto de regras, valores e condutas; no Espetáculo abarcam-se as dimensões comerciais condicionantes ao esporte, trabalhando o potencial econômico; o Educacional tem seu princípio formativo, dialogando com todos os outros (MARCHI JÚNIOR, 2015).

No contexto dos esportes de aventura compreendemos as amplas discussões do esporte moderno, perpassando as dimensões da emoção, da estética, da ética, do espetáculo e educacional. Deixando aberto para nossas discussões de tese, favorecendo um diálogo com o contexto histórico-social-político do avanço dos esportes de aventura e o poder de influência da mídia. Na evolução natural da sociedade ocorreu a mercantilização, profissionalização, espetacularização e ressignificação dos esportes coordenado pela evolução tecnológica que também chegou à mídia. Isto se faz presente também nas discussões sobre o termo esporte de aventura.

No cenário contemporânea que vivemos em 2020/2021 fomos afetados pela pandemia de covid-19, que segundo Oliveira (2020) é uma doença contagiosa que atinge as vias respiratórias podendo levar a morte, tendo surgido os primeiros casos na China. Todos nós fomos afetados, com isso os praticantes de esportes de aventura obedeceram isolamento social, podendo ter deixado sua prática esportiva de lado ou não. Envolvendo mídia televisiva e outras

formas de realização de atividade física, observamos relatos de desenvolvimento de adaptações ao momento delicado que passamos. Sendo uma dinâmica social e esportiva diferente de todo o contexto dos praticantes, essa situação poderia engajar-se na linguagem de respeito a natureza e ao próximo, uma vez que a doença avançou assustadoramente por todo o mundo colocando em risco as pessoas mais próxima de nós.

O problema

Eco (2008) nos mostra que fixar um evento-amostra serve para orientar o problema de estudo, podendo assim objetivar mais facilmente nosso campo de análise. O problema de nossa tese busca compreensões e desdobramentos das relações entre os esportes de aventura e a mídia. Envoltos neste trabalho com os sentidos transmitidos pela mídia televisiva por assinatura específica, o Canal *Off* de esportes de aventura.

Em busca na literatura encontramos um levantamento realizado por Betti (1997) em sua tese: *A Janela de Vidro*. Em que foram analisados programas televisivos diversos “filmes, seriados, desenhos animados, programas de auditório e entrevista, telejornais, propagandas, novelas, programas humorísticos ou de variedades, além, é claro, dos noticiários e eventos esportivos” (BETTI, 1997, p. 157). As redes de televisão na época analisadas foram “Bandeirantes, SBT, Globo, Record, Manchete e Cultura” (BETTI, 1997, p. 157). Analisando 180 horas de programação televisiva, foram encontradas nove direções de discursos televisivos esportivos: falação, cotidiano, ao vivo, nostalgia, adrenalina, esporte global, anúncio publicitário, veja de novo e espetacular.

Seguindo nesta busca de diálogo com a mídia e os esportes, o mesmo autor (BETTI, 1999), nos desdobramentos de sua tese, aponta em outro estudo, desta vez em TV especializada (o canal SPORTV), análise de 107 horas de gravação de vídeos, constatando maior aparição na mídia televisiva específica dos esportes radicais, (que em nosso trabalho chamaremos de esportes de aventura) foram 20,1% da programação dedicada à aventura, 5,1% sobre automobilismo/motociclismo, 18,2% a transmissões de partidas de futebol, 5,1% sobre noticiários de futebol, 13,1% ao tênis, e em seguida outras modalidades. Estes dados já demonstravam uma tendência midiática esportiva que poderia orientar a mídia de TV's. Os esportes de aventura figuravam como atividade de maior programação na mídia especializada esportiva, separando os noticiários de futebol das partidas.

Não temos o intuito de repetir o percurso realizado por Betti (1997), e sim, procurar compreender o cenário atual da mídia televisiva especializada e os esportes de aventura. Desde

a pesquisa realizada por Betti a mídia televisiva avançou neste campo gerando canais específicos sobre esportes de aventura. Iremos nos debruçar sobre o Canal *Off*, especializado em programações envolvendo a emoção, em que, os vídeos do canal versam sobre ação, aventura e natureza. Desta forma, revisitar uma tese é um momento de aprendizagem e soma de conhecimentos.

Objetivos

Como objetivo geral, buscamos investigar as relações entre a mídia e os esportes de aventura com a sociedade atual, no esforço de elucidar os sentidos e a cultura midiática de um canal específico destas práticas. Esta sociedade atual/contemporânea, caracterizada pelo aumento da produtividade, consumo e lucros, é a sociedade que Bauman (2001) chama de líquida, veloz e de grande avanço tecnológico.

Como objetivos específicos, iremos buscar:

- a) Identificar como se deu a relação entre os esportes de aventura e mídia nas últimas décadas. Tendo como ponto de partida a década de 1990, tendo como orientadores o surgimento da TV por assinatura no Brasil e os trabalhos realizados por Betti (1997, 1999);
- b) Analisar como um canal específico de esportes de aventura (Canal *Off*) trabalha na prática, adentrando no esporte adaptado, que aparece mais raramente na mídia;
- c) Comparar quais discursos midiáticos tem sido enaltecido pelo Canal *Off* de esportes de aventura, averiguando a programação de uma semana do Canal;
- d) Discriminar os esportes de aventura e as mídias no período de pandemia da covid-19, levantando o que dizem os praticantes de esportes de aventura em contato com a natureza.

Os objetivos específicos serão abordados ao longo desta tese, que está estruturada na forma de quatro artigos separados que serão interligados na conclusão. Justificamos nosso estudo por colaborar com a educação física na compreensão do fenômeno dos esportes de aventura e a mídia. Compreendendo o poder de penetração que a mídia exerce no cotidiano das pessoas e a sua associação com os esportes, cabendo refletir sobre sua relação com a natureza, sua relação com os praticantes e sua relação com a própria educação física.

No desenvolvimento deste trabalho abordamos alguns termos e/ou metáforas utilizadas nos esportes de aventura que se encontram esclarecidas no glossário.

1 ESPORTES DE AVENTURA E MÍDIA TELEVISIVA: UMA REVISÃO INTEGRATIVA DA LITERATURA

1.1 Introdução

O desenvolvimento de uma imagem em que a prática de atividade física pode ser uma eficiente aliada na melhoria da qualidade de vida das pessoas vem sendo desenvolvida na sociedade, mostrando-se na maioria das vezes por um delineamento biológico. Entretanto, existe um conjunto de fatores envolvendo aspectos biopsicossociais e culturais que desencadeiam os modos de vida, levando o indivíduo a gozar de boa saúde (SANTOS; SIMÕES, 2012). O lazer, o ambiente de trabalho ou estudo, os hábitos, a autoestima, a alimentação, dentre outros, são mecanismos utilizados por todos nós, resultando na interação do ser humano com o seu entorno, podendo afetar diretamente a sua qualidade de vida (SANTOS; SIMÕES, 2012; MUROS *ET AL.*, 2017; FARINATTI; FERREIRA, 2006).

Nesse sentido o meio ambiente pode se apresentar como um fator de interação para melhoria na qualidade de vida e também como espaço para práticas de atividades físicas. Li *et al.* (2011) e Bruhns (2009) relataram sobre os benefícios que as práticas de atividades físicas na natureza podem proporcionar, como por exemplo, melhoria da coordenação motora, da força, da concentração, da atenção e do raciocínio, em que diretamente relacionam-se com as atividades diárias dos seres humanos. Li *et al.* (2011) também demonstraram que uma viagem de um dia ao parque florestal com realização de caminhada reduziu a pressão arterial e obteve melhoria nas taxas sanguíneas. Os autores sugeriram que a prática regular destas atividades pode ser uma importante aliada na melhoria da qualidade de vida.

As realizações de atividades físicas na natureza também estão inseridas dentro do contexto da educação física escolar. Neste sentido, a aventura veio a compor a BNCC, que é apresentada com subdivisões nos anos escolares de estudo em práticas corporais de aventura urbanas e práticas corporais de aventura na natureza (BRASIL, 2018). Como afirmam Porretti *et al.* (2020a), as atividades físicas na natureza desenvolvidas no âmbito escolar de forma interdisciplinar e pedagógica podem proporcionar o autoconhecimento, desenvolver companheirismo e relações interpessoais, bem como auxiliar na melhora da autoestima, em que o debate com a melhoria na qualidade de vida se faz presente.

Embora existam relatos que a prática dos esportes na natureza/de aventura tenha sido realizada desde o século XIX, somente a partir do fim da segunda Guerra Mundial essas práticas se intensificaram (DIAS 2008; LUCENA, 2006). Dias (2008) afirma que a mundialização (hibridismo e várias culturas europeias) favoreceram esse processo. Os esportes na natureza ganharam mais força a partir da década de 1960, onde filmes norte-americanos retratavam o estilo de vida adotado por surfistas, mostrando o lazer na natureza como atmosfera de juventude. Entre as décadas de 1970 e 1980, o consumismo se intensificou, e nesse contexto, as propagandas de cigarro e bebidas começaram a ser realizadas por praticantes, culminando para a disseminação dos esportes de aventura.

Alguns autores descreviam os esportes na natureza são uma nova corrente esportiva, ligando-se aos esportes radicais e de aventura, podendo ser divididos em atividades realizadas na terra, na água, no ar e no gelo ou neve (TUBINO, 2010; FORTES, 2009). Betrán e Betrán (2016) caracterizam estas práticas como Atividades Físicas de Aventura na Natureza (AFAN) e incluíram as atividades no fogo. Esta taxionomia apresenta o fogo, como uma evolução da tecnologia no esporte, na qual se encontram esportes que dependem de motor para sua realização, como por exemplo, motocross e motoaquática. A mídia ainda acrescenta mais polissemia à definição, pois corriqueiramente, os apresentam como esportes radicais e esportes de aventura.

Os meios de comunicação aparecem como um mecanismo de divulgação e propagação das práticas de atividades de aventura, atingindo, por vezes, o imaginário dos praticantes, através da apresentação de lugares extremos e remotos, os quais margeiam contextos frequentemente inatingíveis para muitos dos telespectadores que apreciam as imagens (RECH; FONSECA, 2019; PEREIRA, 2019; GONÇALVES JUNIOR, 2006; COSTA, 2000).

O discurso midiático é enfático no apoio ao consumo, constituindo-se como importante mecanismo da indústria cultural (BRACHT, 2001). No que diz respeito às mídias televisivas pode-se observar a criação de canais específicos para esta demanda com programação vinte e quatro horas, como o Canal OFF do grupo Globo. Embora seja inegável o crescimento dessa divulgação, nosso objetivo neste capítulo é procurar entender o fenômeno esporte de aventura no contexto midiático televisivo, no esforço de responder aos seguintes questionamentos: o quanto os esportes de aventura realmente receberam influência da mídia na sua prática? Como se deu essa relação ao longo das últimas três décadas?

Importante relatar que este recorte temporal sinaliza o início de pesquisas científicas efetivamente realizadas na área dos esportes de aventura pela educação física brasileira, bem como o surgimento da mídia por canais de assinatura no Brasil (BETTI, 1999). Para fins deste

estudo iremos trabalhar com o termo esportes de aventura, levando em consideração que este termo é um dos mais utilizados pela mídia.

1.2 Métodos

A fim de responder as questões levantadas acima, foi realizada uma revisão integrativa abordando a temática mídia televisiva e o esporte de aventura. Este modelo foi escolhido, pois permite maior flexibilização e junção de métodos, podendo ser incluídos estudos experimentais e não experimentais, ampliando as perspectivas teóricas sobre o assunto abordado no presente estudo (GOMES; CAMINHA, 2014).

A revisão integrativa foi realizada seguindo as fases descritas por Souza *et al.* (2010), a dizer: I) elaboração da pergunta norteadora que determinou os estudos a serem incluídos e identificação do tema; II) busca na literatura com delimitação de palavras-chave, estabelecimento de critérios de inclusão e exclusão, definição de bases de dados utilizadas na pesquisa e aplicação dos critérios de elegibilidade para a seleção dos artigos; III) coleta de dados, identificação e avaliação dos artigos válidos para esta narrativa, leitura de títulos e resumos dos estudos selecionados; IV) análise dos estudos incluídos, em que categorizamos os dados através de um quadro síntese; V) discussão dos resultados a partir da análise dos artigos; VI) apresentação com síntese do conhecimento levantado.

Atendendo as fases descritas acima elaboramos as perguntas norteadoras da primeira fase na introdução deste trabalho. A segunda fase é descrita no subtítulo fontes de pesquisa e estratégia de busca. A terceira fase é comentada no subtítulo seleção dos estudos e extração dos dados. A quarta fase é apresentada nos resultados, a quinta fase nas discussões e a sexta fase nas considerações finais.

1.2.1 Fontes de pesquisa e estratégia de busca

A pesquisa foi realizada nas bases de dados Medline (via Pubmed), LILACS (via BVS/regional), EMBASE, CINAHL, SPORTdiscus e SCIELO. Os estudos foram incluídos de 1990 (considerando esta como uma década de início de pesquisas científicas acadêmicas na

área dos esportes de aventura e o surgimento da mídia por canais de assinatura no Brasil) até o mês de outubro de 2019.

A estratégia de busca foi composta pelos descritores controlados e não controlados correspondentes a cada base, relacionados ao tema mídia e esportes de aventura/extremos/radical, em adição à utilização dos filtros temporais (últimos 30 anos) e de idioma (português, inglês ou espanhol). No exemplo a seguir será exposta a estratégia de busca realizada na base da LILACS, considerando os Descritores em Ciências da Saúde (DeSC).

Como foram observados, nesta base os descritores devem ser utilizados nos três idiomas escolhidos, como demonstrado a seguir: (tw:(Sport* OR "extreme sport" OR "extreme sports" OR "esporte radical" OR "esportes radicais" OR "deporte extremo" OR "adventure sport" OR "adventure sports" OR "esporte de aventura" OR "esportes de aventura" OR "deporte de aventura" OR "deportes de aventura")) AND (tw:("Mídias Sociais" OR "social midia" OR "medios de comunicacion sociales" OR "Social Medium" OR "Web 2.0" OR "Video-Audio Media" OR "Audiovisual Media" OR "Communications Media" OR "Mass media" OR "midias audiovisuais" OR "midias de comunicacao" OR "medios audiovisuales" OR "medios de comunicacion" OR television OR televisao OR "information and communication technologies" OR "tecnologias de informacao e comunicacao" OR "tecnologias de informacion y comunicacion")) AND (db:("LILACS")) AND (year_cluster:[1990 TO 2019]) AND (la:("pt" OR "es" OR "en"))).

Por fim, também foi utilizada a literatura cinzenta no intuito de garantir uma busca abrangente da literatura. Foram considerados como fontes os anais do Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte (CONBRACE) de 1995 até 2019, considerando o início do grupo temático comunicação e mídia. Os anais do Congresso Brasileiro de Atividades de Aventura (CBAA) todos os anais do evento, de 2007 a 2018, a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e o Centro Esportivo Virtual (CEV). As buscas foram realizadas considerando os mesmos termos (mídia e esportes de aventura/extremos/radical).

1.2.2 Seleção dos estudos e extração dos dados

Os estudos selecionados a partir das pesquisas nas bases de dados foram exportados através do *software EndNote*, já os trabalhos da literatura cinzenta foram adicionados a uma planilha de *Excel*. A triagem dos estudos foi realizada de maneira padronizada por dois

pesquisadores independentes (M. Porretti e H. Almeida). No caso de discordância entre os pesquisadores, foi decidido incluir ou não o estudo na revisão, através de consenso entre eles analisando as dúvidas, não necessitando de um terceiro avaliador, fato que ocorreu somente em uma referência.

Os artigos potenciais foram selecionados para inclusão na revisão por dois métodos: 1) leitura de título e resumo pela técnica de *scanning*, que consiste na leitura objetiva em busca de informações específicas (NUTTALL, 1982); e 2) revisão do texto completo após os estudos terem sido selecionados na etapa anterior, nesta fase executou-se fichamentos, análise e interpretação dos textos apoiados em Lakatos e Marconi (2010).

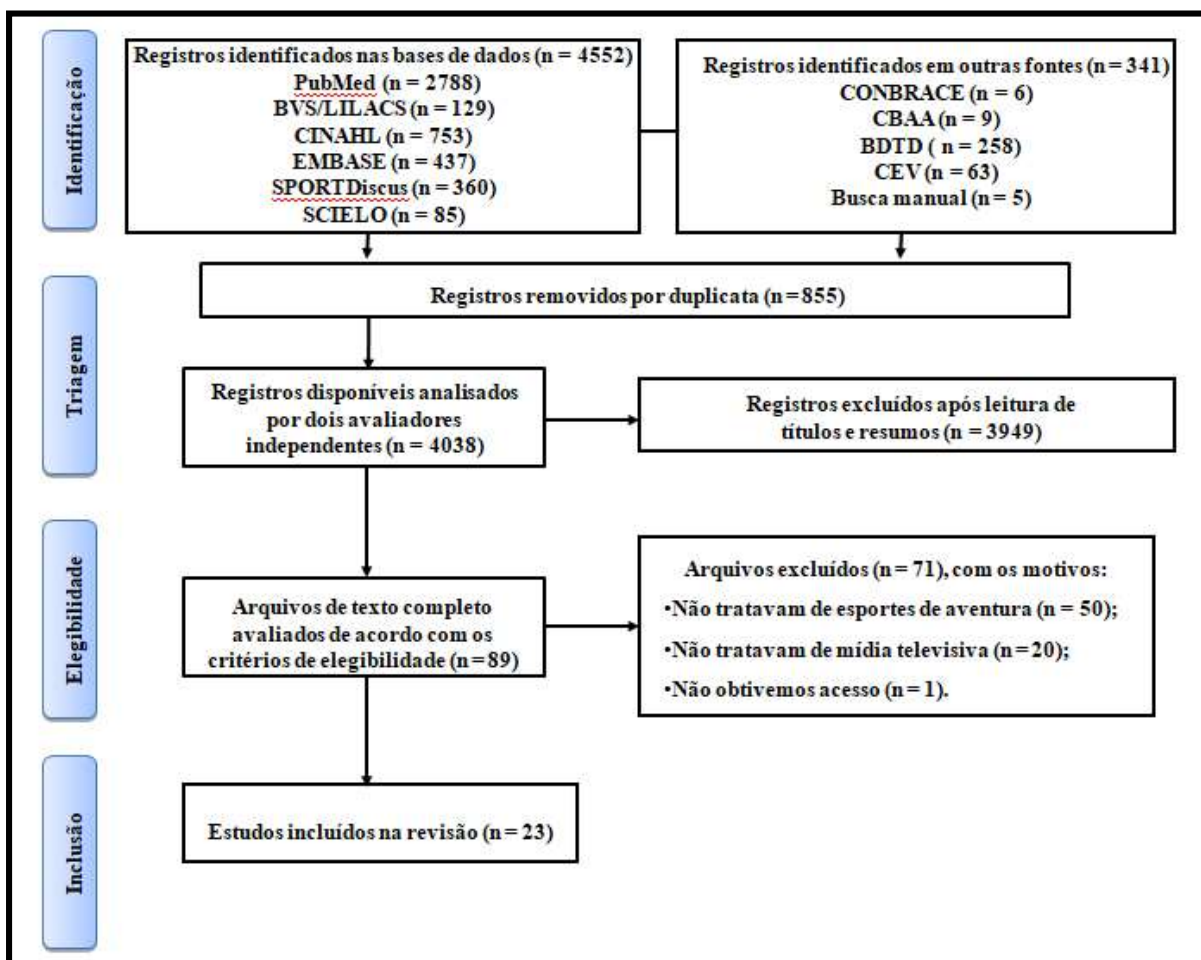
Também realizamos uma pesquisa manual nas listas de referência de todos os artigos incluídos. Somente foram considerados para revisão, os estudos que exploravam as mídias televisivas e os esportes radicais/aventura/extremos, e publicados a partir do ano de 1990. Os seguintes tipos de estudos foram excluídos: 1) Artigos que não tratavam de esportes de aventura; 2) Artigos que não tratavam de mídia televisiva.

Os dados extraídos foram organizados em um quadro síntese contendo as informações sobre o ano e país de publicação, título do estudo, nome dos autores, características dos estudos e suas principais conclusões relevantes à temática estudada.

1.3 Resultados

A Figura 1 exibe o fluxograma de quatro fases, seguindo orientações do PRISMA (MOHER *et al.*, 2009), o qual se destina a melhorar o relato das revisões que avaliam os estudos.

Figura 1 – Distribuição das referências bibliográficas obtidas nas bases de dados, segundo as palavras-chave.



Fonte: O autor, 2021.

Na figura um foram identificados 4893 estudos, considerando todas as bases de dados incluídas, bem como a literatura cinzenta. Após a remoção das duplicatas e da leitura de títulos e resumos dos estudos selecionados, 89 estudos foram considerados elegíveis para a leitura do documento na íntegra. Ao final, 23 estudos foram incluídos na revisão.

As publicações selecionadas utilizaram diferentes delineamentos de pesquisa, como por exemplo, estudos de caso, revisão sistemática com ou sem metanálise, estudos qualitativos e descritivos, relato de experiência, estudo correlacional, teses e dissertação qualitativa. A coleta de dados dos trabalhos levantados ocorreu de diversas fontes: entrevistas, questionários, fontes históricas, discussão teórico-metodológica, análise teórico-conceitual, análise de programações midiáticas e experiências didático-pedagógicas. Os artigos incluídos foram publicados no período de 1993 a 2019 e o público estudado variou de acordo com o método de pesquisa utilizado pelos autores.

O quadro um (1) abaixo, apresenta informações extraídas de cada estudo que foi incluído na revisão, dos 23 estudos incluídos na revisão, quatro foram publicados na Inglaterra, um na Suíça, sete nos Estados Unidos e 11 no Brasil (sendo 13 destes oriundos da busca na literatura cinzenta).

Quadro 1 – Quadro síntese

Ano/País/Título do estudo	Autores	Características do estudo	Principais conclusões
1- 2016/Brasil/ Parkour e valores morais: ser forte para ser útil.	FERNANDES, Alessandra Vieira; GALVÃO, Lilian Kelly de Sousa.	Revisão sistemática e bibliográfica do termo Parkour, em um recorte de 2004 a 2014.	Na difusão no mundo, através da mídia de massa, surge na televisão programas que utilizam o Parkour em forma de competição, emergindo fervorosos debates numa tentativa de manter a disciplina em sua originalidade. O Parkour geralmente é praticado em um espírito de cooperação e não é um esporte de competição. O estudo apontou ainda que a própria academia vem distorcendo sentidos do Parkour, e não somente a mídia “popular”.
2- 2014/Estados Unidos/ <i>Same Citius, Altius, Fortius... More Women, Crashes, and McTwists?</i>	SEILER, Stephen.	Análise do programa dos jogos olímpicos de inverno e inclusão dos esportes radicais	Com o aumento na participação das mulheres, a televisão provocando modificações e as modalidades se adequando à TV, o avanço tecnológico favoreceu a quebra de recordes, inovação com os esportes radicais devido ao apelo do X Games criou na população jovem, descontentamento de alguns atletas/praticantes pela competição e o consumo gerado por ela.
3- 1998/Estados Unidos/ <i>INSIDE OF THE OUTSIDE: Pecking Orders Within Alternative Sport at ESPN's 1995 "The eXtreme Games."</i>	RINEHART, R	O artigo traz o crescimento dos esportes alternativos e consequentemente o processo de mercantilização, abordando a tentativa de aceitação em massa dos esportes radicais	Por estratégia de marketing em 1995 a ESPN estreou os jogos extremos que vieram a se tornar os X Games em 1996, o nome estava ligado a geração X, no entanto os skatistas contestavam o estilo competitivo, a mercantilização que envolviam os jogos, ainda existia discriminação do sexo feminino, onde as mulheres ficavam à margem desse processo sem dinheiro nem patrocínio.
4- 2008/Estados Unidos/ <i>Parkour: A New Extreme</i>	MILLER, Jason R; DEMOIN-Y,	Estudo de caso sobre praticante de <i>Parkour</i> , paciente estudado em hospital	Relata a mídia televisiva e filmes estimulando a prática do <i>Parkour</i> com auxílios comerciais de empresas como Nike, Adidas,

Ano/País/Título do estudo	Autores	Características do estudo	Principais conclusões
<i>Sport and a Case Study.</i>	Sébastien G.		Toyota. Fazendo uma observação para que a prática seja feita somente por praticantes treinados e com segurança adequada.
5- 2018/Inglaterra/ <i>Children and extreme sports: a parent's perspective</i>	MEI-DAN, Omer	O autor narra que os esportes radicais e de aventura ganharam popularidade nas últimas décadas, com isso as mídias e as novas tecnologias ajudaram ainda mais essa propulsão.	O autor do artigo é médico, além de praticante de esportes radicais com sua esposa e mais três filhos. Ele faz o alerta sobre o conteúdo da mídia, e contribui com o estudo para prevenções de lesões esportivas ligadas aos esportes de aventura e radicais.
6- 2011a/Estados Unidos/ <i>Risk-Taking and the Media.</i>	FISCHER, Peter; VINGILIS, Evelyn; GREITE MEYER, Tobias; VOGRIN CICAL, Claudia.	Estudo correlacional e experimental em pesquisas que glorificam os riscos expostos da mídia	Relata que a mídia que glorifica o risco, como: vídeo de jogos que simulam direção imprudente ou ilegal, fumo e bebida em filmes ou anúncios de esportes radicais significativamente promove a ocorrência de comportamentos de risco em sociedade. O estudo aponta a possibilidade de que a mídia antissocial evoca agressão e a exposição à mídia pró-social evoca um modelo geral de aprendizagens com resultados pró-sociais, onde se encontra os esportes radicais.
7- 2018/Inglaterra/ <i>Watching high-risk sports on television: the reversal theory's concept of protective frame</i>	FRUCHART, Eric; RULENC E-PÂQUES, Patricia; MULLETT, Etienne.	Aplicação de seis questionários apresentando situações de riscos e suas variações em 119 participantes, explorando os vínculos psicológicos e o risco percebido de situações esportivas e interesses por programas de esportes na televisão.	Ao promover o consumo de esportes na televisão, as emissoras podem usar pesquisas como estratégias para identificar as preferências dos indivíduos em eventos esportivos. Por um lado, isso pode permitir uma melhor segmentação de seus programas esportivos, a fim de fazer uma maioria de espectadores assistirem ao seu canal de televisão. Os educadores esportivos podem usar a televisão na educação para direcionar esportes de alto risco. Por exemplo, um indivíduo pode desistir de paraquedismo porque está com medo. Uma fase preliminar na qual o instrutor mostra uma série de saltos em televisão poderia ajudar as pessoas a aumentar seus

Ano/País/Título do estudo	Autores	Características do estudo	Principais conclusões
			conhecimentos sobre esse esporte diminuindo seu medo.
8- 2018/Suíça/ <i>Defining Extreme Sport: Conceptions and Misconceptions</i>	COHEN, Rhonda; BALUCH, Bahman; DUFFY, Linda J.	Existe uma divergência de como se considerar um esporte radical, se ele é de risco realmente. Devido a falta de literatura que trabalha estas questões os autores não realizaram revisão sistemática. Onde os objetivos foram: -demonstrar se o termo “esporte radical” em termos científicos, tornou-se um nome impróprio, enganoso no contexto dos esportes que tende a abranger; - propor uma definição revisada e mais precisa de esportes radicais, refletindo as atividades que ela abrange no contexto de outros esportes não tradicionais.	Devido à polissemia de termos na literatura sobre a definição de esporte radical, os autores detalham ser problemático uma definição, sendo assim apontam evidência científica de apoio, nomeando: extremo, alternativo, esportes de risco, de ação e estilo de vida. Essa falta de consistência na terminologia significa que aqueles que desejam estudar este campo são forçados a criar seus próprios critérios como ponto de partida, geralmente em uma abordagem menos científica. O termo esporte radical é de presença marcante na mídia, por vínculos de marketing o termo risco estaria ligado a índice de lesões e fatalidades.
9- 1993/Estados Unidos/ <i>Mass Media and the Experience of Sport</i>	LEVER, Janet; WHEELER, Stanton.	Descreve a história da mídia desde sua criação, sua relação direta com os esportes ao longo de décadas, os avanços tecnológicos que influenciaram diretamente esta relação.	Com aumento e expansão da mídia televisiva cada vez mais fãs podem se comunicar e se entreterem com eventos esportivos, estes atravessaram fronteiras, sem distinção de idade, classe social e etnias, a televisão leva a emoção dos esportes. A mídia também teve o papel de unir rede de pessoas através do esporte. Os canais <i>pay-per-views</i> (pagos por exibição) e a cabo representam neste estudo um futuro dos eventos esportivos.
10- 2011b/Estados Unidos/ <i>The Effects of Risk-</i>	FISCHER, Peter; GREITE MEYER,	Metanálise para determinar se aumento na quantidade de	O estudo mostrou que a glorificação do risco na mídia está substancialmente associada a aumentos na vida real. Os

Ano/País/Título do estudo	Autores	Características do estudo	Principais conclusões
<i>Glorifying Media Exposure on Risk-Positive Cognitions, Emotions, and Behaviors: A Meta-Analytic Review</i>	Tobias; KASTEN MULLER, Andreas; VOGRIN CIC. Claudia; SAUER, Anne.	conteúdo de mídia que glorifica o comportamento de correr riscos, como direção arriscada, esportes radicais ou bebedeira, aumentava as inclinações de risco de seus receptores.	comportamentos de risco, cognições e atitudes positivas em relação ao risco e emoções promotoras de riscos. Assim, parece que a mídia que glorifica os riscos tem consequências potencialmente graves, como inúmeras incidências de fatalidades, lesões e altos custos econômicos em uma ampla variedade de domínios de risco, como abuso de substâncias, direção imprudente, jogo e comportamento sexual arriscado.
11- 2003/Estados Unidos/ <i>Reconsidering the Relationship Between Sensation Seeking and Audience Preferences for Viewed Sports</i>	MCDANIEL, Stephen R.	A pesquisa busca entender o mercado de consumidores esportivos de televisão a fim de segmentá-lo entendendo características de entrevistados homens e mulheres.	Os estudos apontaram a personalidade de homens voltados para esportes violentos e mulheres para esportes não violentos (estilísticos). Sugerindo segmentação e direcionamento do público da mídia. Onde o benefício seria mútuo, nesta relação estava à sensação de gozo em certos estímulos visuais e auditivos, no desenvolvimento de anúncios que sejam consistentes com a dinâmica do veículo de mídia e/ou o conteúdo que está promovendo.
12- 2005/Inglaterra/ <i>Living "extreme": Adventure sports, media and commercialisation</i>	PUCHAN, Heike.	Este artigo examina o surgimento de esportes radicais e as indústrias conectadas, as razões pelas quais as pessoas estão encantadas com o novo fenômeno e as oportunidades que isso representa para os comunicadores	Os Esportes de Aventura criaram suas próprias mídias especializadas e ambiente cultural, pois a cobertura da mídia convencional ainda era relativamente esporádica e tendenciosa. O surgimento dos esportes radicais, no entanto, não estão isolados de outros desenvolvimentos sociais, mas podem ser vistos como simbolismo de uma sociedade pós-moderna. Em que as pessoas estão procurando novas maneiras de explorar seus limites e escapar do tédio e mediocridade.
13- 2002/Inglaterra/ <i>The 'New' Corporate Habitus in</i>	KAY, Joanne; LABERGE, Suzanne.	Explora a super-representação de participantes corporativos no nível gerencial em Eco-Desafio do	A análise, não apenas destacou uma conexão entre a cultura de uma ocupação e a cultura de uma determinada prática esportiva, mas mostrou que a presunção de transferibilidade é um argumento

Ano/País/Título do estudo	Autores	Características do estudo	Principais conclusões
<i>Adventure Racing.</i>		Discovery Channel como uma sugestão do surgimento de uma nova classe – ou grupo social - <i>habitus</i> comum à 'nova' cultura corporativa e ao campo de corrida de aventura. A análise é qualitativa baseada na observação participante e realização de 37 entrevistas semiestruturadas.	central da lógica social que leva os agentes corporativos a se envolverem em corridas de aventura. Embora a transferibilidade sempre tenha incorporado nos discursos esportivos tradicionais, raramente o vimos explorado em um esporte 'novo'. A corrida de aventura constitui um caso interessante a esse respeito.
14- 1999/Brasil/EspORTE, televisão e espetáculo: o caso da TV a cabo	BETTI, Mauro.	Interpretar criticamente o discurso da programação de um canal especializado em esporte na televisão a cabo, e apontar possíveis repercussões para a Educação Física.	Após avaliar 107 horas de programação se constatou: Esportes radicais 20,1%, automobilismo/motociclismo 5,1%, partidas de futebol 18,2%, partidas de tênis 13,1%, propagandas 15% e noticiários sobre futebol 5,1%. A TV a Cabo veio a segmentar o mercado e privilegia as categorias “adrenalina” e “espetacular”. Contudo, se pergunta: como incluir os esportes radicais na educação física?
15- 2019/Brasil/Do mar para a piscina: a cobertura midiática do primeiro evento do campeonato mundial de surfe em ondas artificiais. (XXI CONBRACE)	ROCHA, João Caetano Prates; PEREIRA, Rogério Santos.	De forma descritiva apresentam como foi a cobertura midiática de uma etapa do campeonato mundial de surfe em piscina artificial.	Observaram que o campeonato em ondas artificiais, ao criar uma nova dinâmica que alia controle das condições de disputa e previsibilidade da duração do evento, abrindo a possibilidade para que o surfe alcance um novo estágio de visibilidade agregando valor à modalidade como produto midiático.
16- 2007/Brasil/Natureza e aventura: a mídia e seus mitos (II CBAA)	BANDEIRA, Marília Martins.	É uma reflexão teórico-crítica com base na mitologia contemporânea e dos estudos de aventura. Com objetivo de analisar criticamente	As mensagens que mídia transmite tem o formato de aventura, como no achocolatado em pó que dá energia para o enfrentamento dos desafios mais radicais; é necessária uma concepção responsável da

Ano/País/Título do estudo	Autores	Características do estudo	Principais conclusões
		a apropriação do discurso do retorno à natureza e da exaltação à aventura pela mídia.	linguagem, a fim de desvendar alienações, concluindo que há um processo de renovação simbólica em relação à natureza e à aventura na mídia, que restringe suas possibilidades e conceitos ao seu uso mercadológico.
17- 2010/Barsil/Atividades físicas de aventura na natureza na escola na cidade de Bonito, MS: um estudo de caso. (V CBAA)	ZAIM-DE-MELO Rogério; COSTA SOARES, Íris.	Estudo de Caso realizado com 44 alunos do ensino médio em Bonito.	Este estudo identificou a mídia como local de aquisição de conhecimento sobre as atividades e aventura, em segundo lugar os passeios e em terceiro amigos. Embora a cidade de Bonito seja um celeiro para a aventura os alunos conhecem pouco os atrativos.
18- 2012/Brasil/Atividades de aventura disseminadas pela mídia para escolares dos anos iniciais do ensino fundamental no município de Cuiabá – MT. (VII CBAA)	FERREIRA, Talita.	Pesquisa descritiva, qualitativa, utilizou questionário aberto para coleta de dados, a fim de identificar a compreensão de 136 alunos sobre atividades que envolvem a aventura e quais os meios de comunicação pelos quais as notícias destes chegam/chegaram até eles.	Quanto aos canais de comunicação, a televisão aparece em primeiro lugar nos meios de propagação, seguida pela internet. Entende-se que os meios de comunicação contribuem de forma decisiva para fazer com que as atividades de aventura possam chegar à escola através dos professores e dos próprios alunos. Entretanto, a mídia apresenta uma visão fragmentada dessa atividade, pois mostra outros esportes em sua maioria.
19- 2014/Brasil/Imagário social de jovens escolares sobre os esportes de aventura. (VIII CBAA).	RIBEIRO, Natan Weber; ANDRAD E, Francisco.	Pesquisa qualitativa com análise do discurso, realizada em adolescentes de 13 a 17 anos com 10 praticantes e 10 não praticantes de esportes de aventura.	O estudo identificou que os não praticantes de esportes de aventura acabam por aderir como verdade aquilo que a mídia expõe, enquanto os praticantes relataram que o que os motiva são as sensações e os riscos que os esportes de aventura oferecem.
20- 2014/Brasil/Inclusão das atividades de aventura dentro do contexto escolar em uma escola da rede pública de	EUFLAUSINO, Jean Miranda; CELESTINO, Claudio Alexandre	O estudo foi um relato de experiência de atividades de aventura que foram realizadas num período de 10 semanas em escolares do 2 e 3	Após a realização das aulas os alunos modificaram um pouco da visão que a mídia passa. “são aqueles caras que ficam fazendo um monte de coisas loucas na TV”. Essas eram suas primeiras impressões. Ao final do período não apenas falavam da prática, mas

Ano/País/Título do estudo	Autores	Características do estudo	Principais conclusões
Maringá: um relato de experiência. (VIII CBAA).	; ARAÚJO, Rafael Bispo de; PIMENTE L, Giuliano Gomes de Assis.	anos do ensino fundamental, com práticas de skate, escalada, <i>parkour</i> e <i>slackline</i> .	também dos conceitos e ideias de auto superação, de auxílio ao colega, de respeitar seus limites e dos outros, da não deterioração do ambiente de prática, entre outros.
21- 2003/Brasil/Corridas de Aventura: construindo novos significados sobre corporeidade, esportes e natureza. (Dissertação de mestrado/UNICA MP)	FERREIR A, Luiz Fabiano Seabra.	Pesquisa qualitativa com entrevista semiestruturada, cujo objetivo é “compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas”. Foram entrevistados 10 atletas, com idade entre 25 e 40 anos, sendo 6 do sexo masculino e 4 do sexo feminino, que haviam participado de pelo menos uma edição da corrida Expedição Mata Atlântica.	Avaliando a narrativa de uma entrevista descreve que se pode perceber, na mídia televisiva, uma veiculação de imagens fragmentadas, organizadas e encadeadas de forma espetacular, segundo a percepção e vontade do editor responsável. Geralmente vai ao ar o que o editor acha “chamativo”, para atrair a atenção do telespectador. Na edição, a TV recorta, seleciona e resume as informações e imagens. A própria linguagem da TV, veloz, impede uma abordagem mais minuciosa dos conflitos.
22- 2017/Brasil/Do SURF AO TOW-IN: do processo civilizador à sociedade de risco. (Tese de doutorado/UFPR).	MARCHI, Katia Bortolotti.	Pesquisa qualitativa descritiva que aborda o surf entendendo seu percurso histórico que avançou num processo civilizatório da globalização envolvendo os avanços tecnológicos, dentre eles a mídia.	Concluindo que a relação com a natureza fica cada vez mais estreitada e proporcionadora de novos desafios, o praticante não se interessa mais apenas pela posição distintiva, decorrente dessas práticas, mas também pela busca constante de novas sensações e emoções.
23- 1997/Barsil/A janela de vidro:	BETTI, Mauro.	O estudo faz uma associação entre	Por ser um estudo bem amplo, destacamos como relevante o

Ano/País/Título do estudo	Autores	Características do estudo	Principais conclusões
esporte, televisão, e educação física. (Tese de doutorado/ UNICAMP).		esporte e mídia, em especial a televisão, trabalha com a lógica da espetacularização do esporte.	resultado da análise de mais de 100 horas de programação esportiva televisiva, onde identificou os esportes de radicais na classificação de “adrenalina”, onde era transmitido ao telespectador emoção, ação e perigo.

Fonte: próprio autor, 2020.

Iremos agora ao diálogo com os achados dos levantamentos aqui realizados.

1.4 Discussão

Esta revisão nos ajudou a arriscar um panorama dos esportes de aventura e mídia televisiva nos últimos 30 anos. Os diferentes métodos teóricos de abordagens em pesquisas não interferiram nas análises dos estudos, pois, as questões e debates em torno da mídia televisiva no Brasil e em outros países tem ocorrido em diferentes contextos, a exemplo da polissemia do termo relacionado aos esportes de aventura. Entretanto, a busca por meio das palavras chaves nos idiomas português, inglês e espanhol permitiu um discernimento do cenário contemporâneo de diálogos que circundam a mídia televisiva e os esportes de aventura.

Cabe ressaltar que como toda revisão, a literatura cinzenta, é um elemento que pode acabar impedindo abranger uma totalidade das produções científicas e acadêmicas sobre um tema, sendo assim, reconhecemos que podem ter ficado alguns estudos de fora, mas, foi realizado o máximo de esforço possível para alcançar a totalidade no intervalo de tempo aqui pesquisado (1990 até 2019). Podemos indicar como limitação a busca por descritores, porém, essa decisão foi focada na especificidade dos artigos. Pois, buscas abrangentes não tratavam especificamente do tema aqui abordado.

Ao analisar os resultados organizamos os 23 estudos em sete categorias que emergiram durante a leitura dos trabalhos selecionados, sendo que, alguns se enquadram em mais de uma categoria. Foi gerada então a tabela um (1), que facilitou a nossa discussão, sendo construída de forma sequencial com as narrativas dos estudos, a saber: 1- estudos históricos de mídia e esportes de aventura; 2- polissemia do termo; 3- glorificação do risco; 4- mercantilização; 5- segmentação da mídia; 6- social; 7- estudos educacionais.

Tabela 1 – Categorias para discussão

Categorias	Autores	Indicadores utilizados
Estudos históricos	LEVER; WHEELER, 1993; SEILER, 2014; MARCHI, 2017.	Levantaram dados históricos de mídia televisiva e esportes de aventura
Polissemia do termo	COHEN <i>et al.</i> , 2018; PUCHAN, 2005; RINEHART, 1998.	Analisaram a diversidade dos termos esporte de aventura falados ou não pela mídia
Social	KAY; LABERGE, 2002; FERREIRA, 2003; MARCHI, 2017; FERNANDES; GALVÃO, 2016.	Descrevem pontos de vista dos praticantes, com análise crítica contextos dos esportes de aventura e mídia
Segmentação da mídia	FRUCHART <i>et al.</i> , 2018; LEVER; WHEELER, 1993; MCDANIEL, 2003; PUCHAN, 2005; BETTI, 1997; BETTI, 1999.	Descrevem processos de segmentações esportivas em canais de televisão
Mercantilização	RINEHART, 1998; BANDEIRA, 2007; BETTI, 1997; ROCHA; PEREIRA, 2019.	Trazem dados do mercado dos esportes de aventura na mídia
Glorificação do risco	(MILLER; DEMOINY, 2008; MEIDAN, 2018; FISCHER <i>et al.</i> , 2011a; FISCHER <i>et al.</i> , 2011b; FERNANDES; GALVÃO, 2016.	Contextualizam a glorificação do risco que a mídia realiza
Estudos educacionais	EUFLAUSINO, <i>et al.</i> , 2014; RIBEIRO; ANDRADE, 2014; FERREIRA, 2012; ZAIM-DE-MELO, 2010.	Abordaram aspectos na escola relativos à mídia e esportes de aventura

Fonte: O autor, 2020.

1.4.1 Categoria 1: Estudos históricos

Os avanços tecnológicos que se sucederam ao longo dos tempos, chegam aos anos atuais deixando como legado a produção de conhecimento, e tendo buscado sobre a ótica mercadológica abarcar o máximo de pessoas, imbricados na facilitação de acesso aos meios de comunicação, e na mídia, não foi diferente. Com base nos estudos aqui levantados, verificamos que a relação entre esportes e mídia é de longa data, e, na sociedade norte americana existem relatos de transmissões esportivas a partir de 1850, quando o telégrafo era o responsável por esta cobertura. A revolução industrial ocorrida entre os séculos XVIII e XIX trouxe o lazer à tona, e com ele eventos esportivos de massa (LEVER; WHEELER, 1993; DUMAZEDIER, 1973).

A mídia impressa então começou a cobri-los no final do século XIX, resultando em ascensão dos eventos esportivos de massa. Acompanhados da evolução das tecnologias o esporte começou a ser transmitido ao vivo nas rádios, o que o levou à condição de evento social. Pesquisas no início do século XX já indicavam o poder do rádio e em 1939 começam as coberturas esportivas, a imagem e o som começavam a ser propagados juntos, e, a mídia televisiva começava seus investimentos no cenário esportivo. No Brasil em 1950 foi criada a primeira emissora, e, na década seguinte os esportes começaram a ser transmitidos ao vivo (LEVER; WHEELER, 1993; CAMPOS; COSTA, 2016).

Nas décadas seguintes começaram internacionalmente as primeiras veiculações de esportes de aventura na televisão, o surfe foi um dos mais badalados, pois, suas aparições em filmes norte-americanos serviam para exibição dos esportes de aventura. Já nas décadas de 1970 e 1980 no Brasil começaram mais efetivamente suas aparições na mídia televisiva, e, um dos primeiros relatos foi do campeonato carioca de surfe no início da década de 1970, o evento contou com patrocinadores, sendo possível inferir que o processo de marketing já se fazia presente. Já na década de 1980 o seriado “armação ilimitada” na rede globo de televisão mostrava a prática de surfe, asa delta, mergulho, montanhismo, e outros esportes de aventura através dos personagens Juba e Lula (LEVER; WHEELER, 1993; MARCHI, 2017).

Nos jogos olímpicos onde a mídia trabalhava em consonância com o esporte, as transformações ocorreram de acordo com a evolução tecnológica, sobretudo nos jogos de inverno nos quais a presença dos esportes de aventura já se fazia presente e o Comitê Olímpico Internacional vendia os direitos de transmissão já na década de 1960. As performances dos atletas melhoraram com a evolução tecnológica, competições de esqui cross-country mostravam risco e ousadia para a mídia televisiva e seus telespectadores (SEILER, 2014).

As narrativas acima descrevem como a mídia e os esportes de aventura dialogaram através dos tempos, entretanto um fato nos chamou a atenção, as nomenclaturas ou termos utilizados para se referir aos esportes de aventura, como veremos a seguir.

1.4.2 Categoria 2: Polissemia do termo

Como já falado optamos pelo termo esportes de aventura, entretanto alguns artigos encontrados discorreram sobre a questão da polissemia do termo, assim, elencamos essa categoria a fim de substanciar nossa escolha e transparecer mais definições. Na introdução desta

tese do trabalho e na introdução deste capítulo, foram relatadas nomenclaturas que orientam essa polissemia de termos, e que emergiu novamente em nossa busca.

Um termo não falado que surgirá mais à frente no texto, é o termo atividades de aventura, em que Pimentel e Saito (2010) colocam pela existência da ligação do turismo com o lazer sustentando a experiência do risco, sendo ele real ou imaginário, realizado em diferentes ambientes nos quais a imprevisibilidade faz parte da atividade.

Associando às sensações, às emoções, aos riscos, à adrenalina, à um estilo de vida, à economia midiática, ao ir além do normal, o que prevalece na mídia é o termo esporte radical em detrimento dos outros (COHEN *et al.*, 2018; PUCHAN, 2005; RINEHART, 1998).

O quadro dois (2) mostra como Pereira e Armbrust (2010) classificaram os esportes radicais.

Quadro 2 – Classificação geral dos esportes radicais

Local da Prática	Ação	Aventura
Aquático	Surfe, Windsurf, kitesurf	Mergulho (livre e autônomo), Canoagem (Rafting, caiaque, aqua ride, canyoning)
Aéreo	Base jump, Sky surf	Paraquedismo, balonismo, vôo livre
Terrestre	Bungee jump, sandboarding	Montanhismo (escalada em rocha, escalada em gelo, Técnicas verticais, Tirolesa, Rapel e Arvorismo) Mountain bike (down hill e cross country) Trekking
Misto	Kitesurf	Corrida de aventura
Urbano	Escalada indoor, skate, patins roller, bike (Trial, BMX)	Parkour

Fonte: Pereira e Armbrust (2010, p. 17).

Enfim, Munhoz e Gonçalves Jr. (2004) ainda apontam que:

São muitas as nomenclaturas designadas a este tipo de atividade. A mais divulgada pela mídia é Esportes de Aventura, outros nomes comuns são: Esportes em Integração com a Natureza, Esportes Radicais, Esportes de Aventura na Natureza, Esportes Californianos, Esportes em Liberdade, Esportes Selvagens, Atividades Deslizantes de Aventura e Sensação na Natureza, Atividades Esportivas de Diversão e Turísticas de Aventura, Esportes Tecnológicos e Novos Esportes. Todas estas designações mostram alguma característica relacionada com as atividades desenvolvidas (Munhoz; Gonçalves Jr. (2004 p. 2).

Não aprofundando o debate em outra terminologia, mas concordando tanto com Munhoz e Gonçalves Jr. (2004) e Betti (2001) o termo esporte radical hoje é muito mais amplo do que já foi no passado, sua definição ligada à competição, resultados, desempenhos, quebra de recordes, foi superada, pois a polissemia deste termo ultrapassou o esporte espetáculo, competitivo e de rendimento.

Chegando ao momento atual temos as Práticas Corporais de Aventura que estão presentes nos documentos oficiais do Ministério da Educação que orientam sua prática através da BNCC, embora existam ressalvas e contrassensos como apresentado na introdução da tese, este é o documento que rege o ensino no Brasil (BRASIL, 2018). Na mais recente publicação que encontramos surge o termo Aventura, em sua utilização Pereira (2020) defende a não adjetivação do termo, que iria qualificar algo. Propõe torná-lo substantivo a fim de igualar-se a outras práticas da cultura corporal. Desta forma, chegamos a um contexto social narrado em outra categoria.

1.4.3 Categoria 3: Social

Sob o olhar dos praticantes alguns estudos apontam para a formação de hábitos “mais saudáveis”, nos quais praticar surfe, corrida de aventura e outros esportes trariam mais saúde. No estudo de Fernandes e Galvão (2016) é narrado o abandono de drogas para dedicação ao treinamento do Parkour, assim como o desenvolvimento de melhores técnicas de salvamento e resgate. Termos como ressignificação, valorização da cooperação em detrimento da competição, corporativismo, a busca do prazer, são frequentemente colocados pelos praticantes desses esportes, assim como, fuga do cotidiano, liberar-se do contexto urbano para alívio de pressões emocionais. Estas narrativas dos praticantes remetem a um contexto social (KAY; LABERGE, 2002; FERREIRA, 2003; MARCHI, 2017; FERNANDES; GALVÃO, 2016).

A mídia que é especialista em cativar telespectadores explora este contexto social, disseminando os esportes de aventura como um “novo” *habitus*, procurando transformar a prática de atividades em contato com a natureza em um “suposto” benefício ao ser humano. Essa transferência de percepção que é passada pela imagem e falas da mídia chega aos ouvintes consumidores aguçando tornar o visual em sua nova prática. Podemos ter neste ponto um direcionamento em Bourdieu (1990), que relata que o sujeito acaba por incorporar uma cultura, sendo fruto do convívio social que o cerca.

Esse sujeito, praticante, individual, acaba por construir um *habitus* em buscar fazer parte de um grupo social, assim desenvolve ações de socialização no sentido de reordená-lo, e, o que fica, é o reconhecimento do capital social. Sendo assim, é possível que realmente ocorram mudanças de estruturas, uma vez que o mundo social poderia ser capaz de reorientar o sujeito no mundo. Mesmo sem nos aprofundarmos muito no conceito de *habitus* de Bourdieu é importante trazer algumas palavras que irão nos ajudar a contextualizar a linguagem utilizada.

O *habitus* pode ser entendido como a ação que cada indivíduo realiza no mundo, estando ligadas as memórias e experiências corporais. Sendo assim, a formação social de indivíduos é criada a partir dos seus hábitos e costumes, estando esses ligados aos grupos sociais ao qual eles pertencem. Estas conexões sociais vão determinar como pensamos, como agimos no cotidiano, como sonhamos e como sentimos as coisas a nossa volta (BOURDIEU, 1990). Entretanto todo *habitus* é único em cada indivíduo, pois, somos seres individuais que estamos ligados a grupos de maneira que possuímos relações sociais. Desta forma, os praticantes de esportes de aventura passaram por processos de socialização ao longo de anos de prática e relações com pessoas deste hábito, formando nestes um *habitus*.

A mídia, detentora de todo um arcabouço cinematográfico explora esse *habitus* em praticantes de corridas de aventura, por exemplo, como apontam Kay e Laberge (2002). Através da exposição de imagem e som somos conectados a esta forma de transferência de um novo *habitus* que traria benefícios à saúde do corpo e da mente. Agregando-se a eles, encontram-se produtos e serviços ligados a estas práticas que são comercializados direta e indiretamente.

As práticas de atividades físicas, aqui no caso, os esportes de aventura, são narradas como práticas que podem ajudar na promoção da saúde, entretanto se faz necessário lembrar que este ganho realmente só irá ocorrer quando um conjunto de fatores contribuirão, ligando os aspectos físicos, psíquicos e sociais. Embora o indivíduo esteja no meio natural é importante ele reconhecer que faz parte do meio, e um conjunto multifatorial e amplo determinará sua condição de melhor saúde (SANTOS; SIMÕES 2012).

A forma como a mídia televisiva vem explorando os esportes de aventura nos leva a próxima categoria.

1.4.4 Categoria 4: Segmentação da mídia

Nesta categoria se tornou visível um processo de cultura esportiva que a televisão aberta não suportava mais, e, nem mesmo os canais por assinatura especializados em esporte davam conta. Programas esportivos ocupavam a grade de programação diariamente, e o vasto leque de modalidades esportivas já não conseguia mais ser traduzida à população por meio do simbolismo social que os telespectadores criavam em torno do esporte. Neste meio se encontravam os esportes de aventura, que envolviam parte da programação diária dos programas esportivos, sendo assim, se fez necessário segmentar o mercado televisivo, nele poderiam se encontrar produtos mais específicos, em que, os estímulos visuais traziam além dos esportes praticados, anúncios de produtos e marcas esportivas (BETTI, 1997; BETTI, 1999; FRUCHART *et al.*, 2018; LEVER; WHEELER, 1993; MCDANIEL, 2003; PUCHAN, 2005).

Neste espaço de segmentação, especificamente no Brasil, o fracionamento esportivo aparece, e os esportes de aventura já ocupavam um lugar significativo com canais específicos de esporte, como indicava Betti (1999) ao analisar o canal Sportv: “houve predominância de programas dedicados aos “esportes radicais” (20,1%), [...] Seguiram-se as transmissões de partidas de futebol (18,2%), [...] Em terceiro lugar situa-se a transmissão de partidas de tênis (13,1)” (BETTI, 1999, p. 81). Esses dados mostram a força dos esportes de aventura, que mais tarde deram origem aos canais especializados, como os canais Woohoo surgido em 2006 e o Canal OFF em 2011 (MARCHI, 2017).

Os diálogos entre consumidor/telespectador e a mídia televisiva pode ser encarado de várias formas. De acordo com Habermas (1988), segundo sua teoria da ação comunicativa, o processo de transição para canais esportivos específicos poderia ser encarado como subjetividades baseadas em dados do mundo vida, em outras palavras, a subjetivação cultural esportiva foi traduzida pela demanda explícita de consumidores/telespectadores. Estes atores, pela teoria do autor, seriam os sujeitos sociais que interagem com grupos perseguindo racionalmente objetivos, onde o ouvinte faz parte do mundo do sujeito falante (GUTIERREZ; ALMEIDA, 2013).

O mundo do marketing e das propagandas também se fizeram presentes nestes canais, gerando a mercantilização.

1.4.5 Categoria 5: Mercantilização

Segundo Betti (1999, p. 81) “As propagandas de produtos e da própria programação do canal, totalizaram 15% das horas examinadas” em seu estudo sobre o canal Sportv, que já era uma segmentação de canal esportivo. Enfim, como já dito anteriormente, marcas de roupas, calçados, produtos alimentícios, bebidas esportivas, entre outros estavam presentes nos intervalos e dentro das programações esportivas. Essa relação traçada entre esportes, marketing e mídia faz parte do processo histórico da própria televisão como aponta Lever e Wheeler (1993).

Um dado significativo e que expressa uma linha tênue da mídia com os esportes de aventura e marketing são os X Games. Em 1995, a ESPN realizou os Jogos Extremos, que no ano seguinte mudou o nome para “*The X Games*”, o objetivo, segundo a diretora de marketing dos jogos era atrair a população jovem, conhecida a época como geração X. Nesta mudança estava incluso todo um pacote para continuar gerando economia por trás dos jogos: continuidade do público em questão; identificação dos fãs com os atletas competidores; esfera contagiosa das pessoas que assistiam, através de músicas, propagandas e estratégias de fidelização; modelagem para público jovem; além do estilo de vida. Em suma, o debate sobre toda essa estratégia fez com que alguns competidores se afastassem dos jogos, pois essa nova versão ia contra a alma de algumas modalidades, como o skate, por exemplo (RINEHART, 1998).

Todas essas mudanças ainda continuam atualmente, Rocha e Pereira (2019), relatam o mesmo problema com o surfe e as piscinas artificiais, em que alguns atletas são contra e outros não veem problemas. Entretanto, para a mídia é uma chance de melhores produções, público fiel, possibilidades de previsão de tempo para as competições (não dependendo da natureza como no mar). Percebe-se um embate entre os que defendiam a presença da mídia enquanto outros queriam manter a pureza e integridade da modalidade.

Toda a lógica por trás da mídia televisiva vem atrelada ao poder financeiro, em que:

O esporte-aventura e o espírito de empresa não exprimem, portanto, somente normas gerais de conduta em sociedade; não são uma simples questão de imagem e de mídia – são também modos de ação concretos que resolvem problemas concretos. Eles participam das transformações das formas de exercício de autoridade, são um elemento desse conjunto de técnicas de gestão que buscam suscitar, da parte dos empregados, atitudes de adesão institucional à empresa e de implicação no trabalho (EHRENBERG, 2010, p. 78).

É possível então determinar que exista uma lógica da mídia? O produto que a mídia oferece deve ter consequências? Para compreender um pouco mais desse discurso avançamos para outra categoria a fim de compreender a exposição dos esportes de aventura na mídia.

1.4.6 Categoria 6: Glorificação do risco

Antes de discutirmos esta categoria é importante falar dos jogos de vertigem, termo apresentado por Caillois (1990), em que estes jogos possuem características de instabilidade, imprevisibilidade, podendo ser uma perturbação tanto orgânica quanto psíquica, tal como a brincadeira de rodar em torno de seu próprio eixo. Sendo que a era industrial torna a categoria que o autor chama *ilinx* (vertigem) em jogo, como o prazer em alta velocidade em um carro ou uma montanha russa. Onde pode se privilegiar um desprezo as regras do mundo, permitindo-se aventurar-se, sendo jogos sem regras, sem limites, podendo ser interpretada como jogo radical. Em que por sedução pode atrair a superar seus limites, opondo-se aos simulacros do real, como um retorno ao selvagem, um rompimento com o crescimento urbano. Voltaremos a vertigem no final desta categoria.

Nesta categoria encontram-se os estudos que foram realizados por médicos, onde ficou transparente a preocupação com as lesões e acidentes que ocorrem devido à associação de imagens que glorificam o risco que a mídia expõe (MILLER; DEMOINY, 2008; MEI-DAN, 2018; FISCHER *et al.*, 2011a; FISCHER *et al.*, 2011b, FERNANDES; GALVÃO, 2016). Miller e Demoiny (2008), por exemplo, narraram que crianças ao observarem imagens transmitidas pela televisão tendem a copiá-las, assim correm riscos físicos substanciais, principalmente sem orientação e equipamentos adequados.

Nas situações de exposição na mídia, os esportes de aventura frequentemente aparecem associados a filmes, desenhos ou jogos de videogames; em outros conteúdos que glorificam o risco Fischer *et al.* (2011b) associaram corridas de carros ilegais nas ruas, fumo e bebidas. Em um levantamento médico Fischer *et al.* (2011a) encontraram 4% das lesões associadas a imagens por imitação a mídia que glorifica os riscos. Por fim compreende-se que as mídias podem evocar comportamentos antissociais ou pró-sociais, o primeiro caso levaria a agressões e lesões, já o segundo que envolve os esportes de aventura podem significar aprendizagem com resultados pró-sociais.

Se por um lado os esportes de aventura parecem glorificar o risco, por outro, eles desenvolvem valores (cuidado com o meio ambiente, desenvolvimento de autoestima, compreensão dos limites físicos do corpo, dentre outros), ajudam na superação de medos através da superação de obstáculos que estes esportes proporcionam, estando associado ao imaginário dos praticantes que também remete à mídia. As imagens transmitidas estão presentes na vida contemporânea do homem ocidental, que fazem parte de uma memória aventureira, desde o sonho de voar ao conquistar uma via escalada, ou o topo de uma montanha, em que a sedução das imagens transmite o juízo de um sujeito heroico. Para realização destas atividades é necessário conhecimento, treinamento e equipamento adequado (RECH; FONSECA, 2019; PEREIRA, 2019; GONÇALVES JUNIOR, 2006; COSTA, 2000; PORRETTI *et al.* 2020a).

Remetendo a Rose (2011) e Elias e Dunning (1992) encontramos o homem que na sociedade moderna atual é responsável por suas ações e controle de suas emoções, em que a ambiguidade do risco nas situações dos esportes de aventura poderia ser controlada pelo conhecimento ou desconhecimento, que pode gerar uma coisa “boa” (concluir uma via de escalada) ou uma coisa “ruim” (não concluir a via, com uma queda gerando acidente ou desistir por limitação física e material). Seguindo esta linha o homem atual controla seus desejos regulando sua conduta e concepção de pessoa no ambiente que o cerca.

Na atualidade a existência de tensões prazerosas em Elias e Dunning (1992) não mostram as tensões (que aqui chamamos de risco) de forma negativa, ligando o lazer e o esporte de aventura, “em vez de condenar as tensões como algo que prejudica, não se deveria antes explorar as necessidades que as pessoas revelam por uma dose de tensão, enfim, como um ingrediente normal em suas vidas?” (ELIAS; DUNNING, 1992, p. 143). Desta forma a prática da aventura seria um meio compensatório de aliviar as tensões do cotidiano. Na busca por essa excitação causada pelos esportes de aventura, a mídia acha seu lugar colocando o risco como aliado, exercendo um papel importante no controle das emoções.

Já em Beck (2010) os efeitos dos riscos apresentados socialmente podem ter um efeito bumerangue, em que ariscamos introduzir uma visão que poderia ser atribuída a glorificação dos riscos apresentada nesta categoria de análise:

Contido na globalização, e ainda assim claramente distinto dela, há um padrão de distribuição dos riscos no qual se encontra um material politicamente explosivo: cedo ou tarde, eles alcançam inclusive aqueles que os produziram ou que lucraram com eles. Em sua disseminação, os riscos apresentam socialmente um efeito bumerangue: nem os ricos e poderosos estão seguros diante deles. Os anteriormente ‘latentes efeitos colaterais’ rebatem também sobre o centro de produção. Os atores da modernização acabam inevitavelmente e bastante concretamente entrando na ciranda dos perigos

que eles próprios desencadeiam e com os quais lucram. Isto pode ocorrer de diversas formas (BECK 2010, p. 44).

Para o autor acima o risco é uma categoria estruturante, em outras palavras ele sempre existiu e a sociedade tende a inovar cada vez mais. Os jogos de vertigem de Caillois (1990) associam-se aos esportes de aventura na busca por romper os limites, conquistar o desconhecido, nem que para isso corram-se riscos. Seguindo para próxima categoria faremos um esforço de conectar os achados até este ponto com os estudos educacionais que envolvem a mídia e os esportes de aventura.

1.4.7 Categoria 7: Estudos educacionais

Quatro estudos trazem os esportes de aventura apresentados pela mídia no contexto educacional, onde os estudantes relataram o primeiro contato com esta prática sendo pela televisão, nos remetendo diretamente aos estudos da categoria acima. Como exemplo um dos pesquisados responde que esporte de aventura são aquelas coisas malucas que aparece na televisão. Somente após a realização prática é descrito que os escolares começam a compreender seus sentidos, adquirindo valores e conceitos como respeitar o seu limite e do colega, autossuperação, respeito à natureza, entre outros (EUFLAUSINO, *et al.*, 2014; RIBEIRO; ANDRADE, 2014; FERREIRA, 2012; ZAIM-DE-MELO, 2010).

Nesta categoria reunimos os estudos que retrataram pesquisas realizadas com crianças e adolescentes em escolas e uma em ginásio de escalada, que eram feitas associações aos esportes de aventura e a mídia, e, todas as pesquisas aqui retratadas estavam nos anais do CBAA. No contexto local, escolar, de não praticantes ficou evidente o poder da mídia no imaginário dos pesquisados. A estrutura transmitida pela mídia nos remete a Habermas (1988), que diz que o sujeito falante vai ao encontro do ouvinte, a cultura que orienta a ação é disseminada pela linguística coerente com a sensação do imaginário observado nas imagens que remetem a reconhecer perceptivamente algo sem nem mesmo ter o legitimado.

Por outro lado, o medo que alguns adolescentes sentiam sem nem mesmo ter realizado esportes de aventura pode estar atrelado ao que Bauman (2008, p.29) chama de medo da exclusão: “O fato de tais medos não serem absolutamente imaginários pode ser confirmado pela autoridade dominante da mídia, que defende – visível e tangivelmente – uma realidade que não se pode ver nem tocar sem a ajuda dela”. Isso pode significar que o primeiro contato com os

esportes de aventura pela mídia mostra riscos e perigos, problemáticas a serem diluídas pelos docentes nas escolas em contexto educacional.

Para isso Pereira e Armbrust (2010, p.42-43) apontam um caminho a ser realizado com conteúdos nos três níveis de dimensão no contexto educacional, destacados no quadro três (3) abaixo:

Quadro 3 – Dimensões educacionais

Conceituais (Fatos e conhecimentos)	Procedimentais (Fazer e como fazer)	Atitudinais (Valores e formação)
-Aspectos históricos das modalidades; -Locais de prática; -Equipamentos e manobras; -Objetivos e motivos de se praticar as modalidades;	-Técnicas de movimentos; -Técnicas de segurança; -Processos pedagógicos; -Adaptação necessárias do esporte para cada faixa etária; -Condições da escola;	-Noção de regras; -Ética dos esportes; -Respeito às normas de segurança; -Assunção dos riscos; -Relações sociais e psicológicas inerentes às práticas como: coragem, liderança, trabalho em equipe, confiança, superação entre outros;

Fonte: Pereira e Armbrust (2010, p.42-43).

As respostas das atividades dos estudos aqui levantados mostraram uma relação salutar para o processo ensino aprendizagem dos esportes de aventura e após a realização das atividades, os estudantes compreenderam os sentidos da prática com incorporações de formação citados acima. Diferentemente a mídia passava uma visão fragmentada, que parecia distorcer um pouco a visão das atividades.

1.5 Considerações finais

Conhecer a contextualização teórica e prática da mídia televisiva e dos esportes de aventura nos diferentes contextos sociais, culturais e políticos nos permitiu identificar um pouco do caminho até aqui percorrido. O trajeto dos esportes de aventura e sua prática pedagógica no ambiente escolar e fora dele parece ser viável e possível, entretanto, os estudos mostraram que a mídia pode ter um papel fundamental, a observar dois aspectos: 1- uma visão fragmentada, distorcida, pode ser passada; 2- contextualizar a mídia dos esportes de aventura pode ser um auxílio magnífico na realização das atividades práticas.

Respondendo aos nossos questionamentos iniciais foi possível observar que os esportes de aventura realmente receberam influências da mídia em sua prática, sobretudo nos eventos competitivos, indicando um acirramento entre os praticantes e o “poder” da mídia.

É inegável a evolução tecnológica que alcançamos nos últimos 30 anos, porém, o marketing e as propagandas vieram associados, entrelaçados com o uso das emoções e do imaginário do telespectador. Podemos observar o surgimento de disciplinas na graduação em educação física voltadas para a prática dos esportes de aventura, o caminho pelo que podemos observar ao longo deste trabalho, começou a ser traçado, mas, ainda existe um grande desafio para os acadêmicos, com muitas diferenças regionais existe a possibilidade de trabalho localizado e de aventura pedagógica, podendo ser construído com os esportes de aventura.

Ao elencarmos sete categorias de análise distribuimos o conhecimento até aqui produzido pela mídia televisiva e os esportes de aventura. Desde a narrativa de Betti (1997) das crescentes aparições dos esportes de aventura na mídia, passando pelos estudos históricos levantados na discussão deste trabalho, ao contexto escolar obrigatório das Práticas Corporais de Aventura na BNCC, realizamos um esforço de trazer um pouco da trajetória desse esporte, que responde ao nosso segundo questionamento. Não queremos aqui afirmar que elas são únicas ou verdade absoluta, mas surgiram durante a análise dos estudos, podendo, ser contestadas e somadas com a realização de novos trabalhos de pesquisa.

2 SENTIDOS QUE O ESPORTE DE AVENTURA PODE ALCANÇAR NA MÍDIA: O CANAL *OFF* E SUAS PÍLULAS

2.1 Introdução

De acordo com Hernandes (2017) a mídia possui estratégias específicas que são capazes de captar e manter a atenção do público em determinada direção, tendo uma relação direta com o processo de edição que pode manipular a interpretação do espectador. Por vezes, parte de uma realidade é mostrada como se representasse a totalidade, sendo comuns especificidades serem otimizadas nos discursos divulgados como verdadeiros.

Para Santaella (2002a) a linguagem audiovisual possui características híbridas, uma vez que ocorre uma mistura da linguagem verbal e imagens. Essa mistura ocorre tanto no cinema como na televisão, onde o telespectador é o receptor destas múltiplas mensagens. Sabino *et al.* (2016) relatam que a cultura audiovisual televisiva é fruto desta interação, podendo causar nos telespectadores leituras edificantes em uma visibilidade captada pelos sentidos. O fascínio/interação que a televisão proporciona não se dá somente no momento de assisti-la, é um processo contínuo fruto de características individuais vivenciadas ao longo da vida.

Não é nosso objetivo neste estudo aprofundar as teorizações entre cinema e televisão, mas a fim de pontuarmos nosso objeto de pesquisa, se faz necessário um mínimo entendimento. A partir de meados da década de 1980 e durante os anos 1990 ocorre uma aproximação das imagens clássicas de filmes do cinema, com as imagens musicais em caráter curto, os videoclipes, as montagens, os jogos de câmeras, e o frenético ritmo da televisão auxiliado pelos avanços tecnológicos conduzem à ampliação dos gêneros televisivos (MUANIS, 2012).

Estes caminhos levaram as mídias a comportarem-se de maneira bem profissional, calendários previamente estabelecidos, critérios avaliativos e estratégias de marketing muito bem definidas. O marketing do “faz bem” agrega à iniciativa privada e fidelizam seus consumidores, o que é chamado de “mídia social”, especificamente atraindo investimentos significativos. A narrativa de Neto (2006) auxilia o esclarecimento:

Parece-me que está oficializada aí uma nova categoria editorial de programas e canais de comunicação fundamentos nas diversas plataformas sociais que objetivam gerar recursos para neutralizar as carências e a dor de crianças, adolescentes, jovens, adultos e idosos portadores de deficiências diversas. Uma categoria que contempla

editorialmente os diversos programas sociais e que, acima de tudo, reflete o interesse da própria população consumidora brasileira (NETO, 2006, p.39).

Nesse cenário propício a diversas possibilidades, em dezembro de 2011, foi criado o Canal *Off*, que é disponibilizado pelas organizações Globo na TV por assinatura e sua programação é direcionada à divulgação de esportes de aventura¹. A característica essencial do canal é o foco sobre práticas prazerosas não competitivas e seu slogan é “sonhe, explore e descubra”². Quanto ao público, o alvo é a população jovem e adulta (Canal OFF, 2018).

Uma de suas programações foi o “Coletivo *Off*” exibido sob o formato de pílulas³ (onde é apresentada de forma compactada várias notícias), conforme definição do programa⁴. Nos anos de 2015 a 2018, essas programações exibiam iniciativas transformadoras de pessoas conectadas à preservação do meio ambiente, estilo de vida ativo e saudável. Isto acontecia entre duas e três vezes por dia, no intervalo de outros programas e séries exibidos pelo Canal *Off*. Nesse contexto, três edições se direcionaram as iniciativas ligadas ao esporte inclusivo, no entanto, a edição “Pedro Oliva” traz elementos científicos e esportivos criando um elo com a educação física mais diretamente, nas quais iremos nos debruçar nas análises.

Já a palavra *Off*, nome do canal, possui várias possibilidades de tradução e interpretação segundo o dicionário OXFORD, dentre elas destacamos “desligado, ausente, distante, fora, afastado” que no processo de construção do imaginário do telespectador acaba por transferir as mensagens de afastado desta realidade, distante do seu sentido, desligado da vida cotidiana, das obrigações. O efeito colateral da pílula em questão não está explícito, visto que o espectador pode ter a sensibilidade anestesiada.

Foram 13 pílulas do programa coletivo *Off* buscavam a vertente do “transforme” no slogan do canal. Destas pílulas, identificamos como sendo: três (3) ligadas à reciclagem, três (3) ligadas a minimizar o impacto ambiental, três (3) ligadas à inclusão de pessoas com deficiências, duas (2) ligadas a ações limpeza de mares e mangues, uma (1) ligada ao combate do desmatamento e uma (1) ligada ao desenvolvimento sustentável. Para Guilherme Zattar, diretor do canal:

¹ Trata-se de um conjunto de práticas esportivas vivenciadas sob controle de equipamentos, da formação de recursos humano e comprometimento socioambiental, possibilitando a emergência de emoções sob condições de incerteza em relação ao meio e com risco calculado (TRIANI; TELLES, 2019).

² CANAL OFF, 2018.

³ Cabe destacar que o jornalismo utiliza este formato de pílulas. Bahia (2009) classifica de “Colunão: coluna em que se reúnem várias notas, pílulas ou notícias curtas, com um título geral (se coordenadas por meio e tema comum) ou com títulos autônomos (se de diferentes assuntos e procedências). Localiza-se na página de acordo com o âmbito da cobertura: local, nacional, internacional, economia, esportes, ciência e tecnologia, etc. recurso utilizado com frequência em publicações de caráter compacto”.

⁴ <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2015/02/18/em-novo-projeto-canal-off-valoriza-ecologia.html>

O objetivo é mostrar que ideias simples e pequenas, mudanças no dia a dia podem impactar na qualidade de vida das futuras gerações. Os protagonistas dos vídeos são pessoas que pensam no bem-estar coletivo, capazes de inspirar e influenciar os que estão a sua volta a fazer o mesmo. A intenção é mostrar que cada indivíduo deve fazer a sua parte para que o coletivo faça a diferença (CANAL OFF, 2018).

Para nos aprofundarmos o foco será sobre o vídeo intitulado “Pedro Oliva”, que exhibe a dinâmica do projeto ELA (Esporte e Lazer Adaptativo), que era direcionado ao atendimento de pessoas com lesão medular, utilizando o caiaque como estratégia para auxiliar no processo de recuperação e inclusão (CANAL OFF, 2018).

A preferência se deu por nesta edição haver menção à interligação entre aspectos esportivos, científicos e sociais, o que não ocorreu nas demais edições. Pois, a junção do esporte com lazer é uma das características dos esportes de aventura, em que, uniu-se o caráter inclusivo, em que Silva *et al.*, (2019) afirma ainda ser pouco explorado pelo meio acadêmico.

Sendo assim, o objetivo deste capítulo foi analisar alguns dos sentidos sobre a abordagem do projeto ELA exibido pelo Canal *Off* através da apreciação crítica do vídeo “Pedro Oliva”. Essa análise explicita como determinado discurso é constituído e propagado, utilizando-se de estratégias sutis capazes de naturalizá-lo.

2.2 Metodologia

O método utilizado é a Análise do Discurso na perspectiva de Orlandi (2007). Tal método tem o objetivo de “explicitar os processos de significação que trabalham o texto: compreender como o texto produz sentidos, através de seus mecanismos de funcionamento” (ORLANDI, 2007, p.88). Trata-se de um método que permite a criação de trajetórias que explicitam os sentidos coexistentes no discurso, perpassando pelo que é dito, o que está implícito e o que é silenciado no processo de significação.

Desta forma, transcrevemos as falas presentes no vídeo analisando o que é dito e expresso pelos participantes do projeto ELA, no processo de compreensão da significação do discurso organizamos em o que está implícito e o que está silenciado, inferindo-se aos dados coletados na pílula intitulada “Pedro Oliva”.

Apoiamos nosso aporte metodológico em Altheide e Schneider (2013) que mencionam a importância de se estudar a mídia televisiva, embora as novas realidades eletrônicas estejam presentes cada vez mais em nosso dia a dia, é importante compreender que as relações pessoais

ocorrem em um mundo midiaticizado. Assim, os materiais apresentados pela TV merecem uma visão subjetiva de acordo com os pontos de vista que dialogam com as realidades, em que, a pesquisa qualitativa enfatiza a essência do fenômeno.

Para Altheide e Schneider (2013), a mídia televisiva apresenta conteúdos que podem ser acessados de várias formas (em plataformas *online*, sob encomenda paga, ao vivo ou gravada). Essa facilidade amplia o leque de acesso dos pesquisadores aos conteúdos televisivos, em que, as imagens e conteúdos escritos (discurso) merecem credibilidade para fins de estudo. Os dados coletados nessa pesquisa foram analisados à luz da combinação das seguintes temáticas: educação física, esportes de aventura, mídia e inclusão.

O agrupamento dos resultados e dados coletados foi dividido em subtópicos compreendendo na parte um o que foi dito, na parte dois o que está implícito e na parte três o que foi silenciado. Na quarta parte foi traçado um debate com os resultados e dados das narrativas do vídeo em questão.

Os dados foram coletados da edição intitulada “Pedro Oliva”, do programa Coletivo *Off*, reabilitação através da canoagem, a edição analisada foi extraída diretamente do site do canal a época da coleta⁵, porém, atualmente não está disponível gratuitamente devido ao lançamento da plataforma digital com *streaming* de vídeos GLOBOPLAY, que reúne os conteúdos exibidos pelo Canal *Off* e os disponibiliza mediante assinatura de planos. Contudo, o vídeo também pode ser assistido no youtube⁶.

O vídeo analisado foi produzido pelo Canal *Off*, já descrito aqui anteriormente, juntamente com o Grupo Sal que é uma empresa de comunicação que também trabalha com produções de vídeos, em seu site⁷, podemos observar que esta empresa presta serviços para o sistema Globo de televisão.

Para uma melhor compreensão acerca das análises, organizamos a apresentação dos resultados e discussão a partir da contextualização descritiva do enredo presente durante todo o vídeo.

⁵ <http://canaloff.globo.com/especiais/coletivo-off/videos/4255789.htm>

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=dVJN5IVXZ-Y>

⁷ <https://gruposal.com.br/sobre/>

2.3 Resultados e discussão

2.3.1 Primeira parte – entendendo o que foi dito

Contextualizando a pílula televisiva “Pedro Oliva” que possui duração de dois minutos e três segundos, transcrevemos as palavras que no site funcionam como apresentação e chamada da pílula: “Participa de um projeto que levou SuP e caiaque para uma paisagem linda e sustentável onde antes havia degradação em função da extração de areia para construção”⁸. O SuP é a modalidade de *Stand Up Paddle* na qual o praticante utiliza uma prancha e um remo para se deslocar na água, esta modalidade é derivada do Surfe (CANAL OFF, 2018).

As cenas iniciam com a narração do próprio Pedro Oliva. Ele descreve o prazer holístico que sente no encontro com a natureza, a floresta e as águas do rio. Também fala sobre a sintonia existente entre tais elementos e as atividades desenvolvidas através do caiaque. A linguagem utilizada é bastante emotiva como se nota no dizer transcrito a seguir: “[...] descer as corredeiras parece um limite que é infinito [...]” (aos 18 segundos do vídeo). A imagem abaixo (Figura 2) ilustra um destes momentos:

⁸ Disponível em: <<http://canaloff.globo.com/especiais/coletivo-off/videos/4255789.htm>>.

Figura 2 – Cena da “pílula” Pedro Oliva



Fonte: Youtube

Logo, Pedro Oliva descreve o projeto ELA, ficando explícito como o caiaque pode ajudar na recuperação da pessoa com lesão medular. Fala-se sobre a importância da motivação e independência adquirida pelas pessoas atendidas pelo projeto: “No caiaque ela está totalmente independente, igual todas as outras pessoas” (aos 36 segundos do vídeo). Ao fundo a música *I buried a bone* [Eu enterrei um osso] do grupo “*Blind Pilot*” [Piloto cego] colabora para o tom de descontração típica ao Canal *Off*.

A música narra em uma de suas estrofes “*And just where you are, Might be the right place, Might be that sweet space, But you don't know*” [E exatamente onde você está, pode ser o lugar certo, pode ser aquele espaço doce, mas você não sabe], desta forma, com cenas compatíveis com a narrativa, convidam o espectador a imergir no universo explorado. Embora a música só apareça em pequenos trechos, significativamente, transparece conexão com a trama do vídeo colaborando com a interpretação do telespectador.

Sutilmente transparecem argumentos de base científica, situando o espectador sobre os benefícios da atividade no caiaque como forma de terapia. O especialista responsável pelo projeto ganha voz e complementa as palavras de Pedro Oliva. “A gente consegue muito mais movimento em um período mais curto de tempo, ganhando a musculatura do tronco a autonomia no dia a dia é muito maior” (aos 49 segundos de vídeo).

Rapidamente é retomada a descrição das boas sensações, mas desta vez o foco dirige-se às impressões sobre os participantes atendidos pelo projeto, que nas palavras de Pedro Oliva se refletem da seguinte maneira: “[...] realmente muda a vida dela, muda a expressão, o humor, muda o olhar, a coloração da pele. Estimula, né? É uma injeção de alegria[...]” (1 minuto de vídeo). A fala de uma das participantes é requisitada e suas palavras legitimam a abrangência dos benefícios ligados à ludicidade, autonomia, autoconfiança já mencionados pela narrativa, “Eu me senti uma criança, me trouxe muita alegria, dá aquela autonomia que você tinha antes, traz uma sensação de posso mais do que eu acreditava que eu poderia fazer” (aos 1,09 min de vídeo).

As imagens abaixo (Figura 3 e Figura 4) ilustram momentos do projeto e o foco é sobre a superação dos participantes:

Figura 3 – Cena da “pílula” Pedro Oliva



Fonte: Youtube

Figura 4 – Cena da “pílula” Pedro Oliva



Fonte: Youtube

Na sequência são abordadas informações breves sobre o quantitativo de pessoas atendidas pelo projeto ELA, “mais de 2000 pessoas já atendidas”. Também são mostrados outros projetos de que Pedro participa, envolvendo recuperação ambiental em locais de lazer esportivo, e ainda, o projeto Cachoeiras⁹, que busca entender a função das cachoeiras no ecossistema. No vídeo se ilustra as áreas esportiva, científica e social a qual perpassam os projetos. A cena ilustrada na Figura 5, abaixo, chama atenção para as áreas que perpassam os projetos:

⁹ Projeto integrando o esporte, a ciência e a sociedade, no qual Pedro Oliva percorreu o rio Paraíba do Sul a bordo de um caiaque coletando dados científicos em parceria com Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais (Cemaden) e Universidade Federal de Itajubá (Unifei). Conforme dados do artigo <https://aslopubs.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/lob.10148>

Figura 5 – Cena da “pílula” Pedro Oliva



Fonte: Youtube

Nas cenas finais Pedro Oliva encerra emotivo: “É realizador. É uma sensação de vitória que não tá numa medalha, numa recompensa financeira. É algo que a gente leva pra vida toda, que não tem preço, né?” (1 minuto e 44 segundos do vídeo). A pílula é encerrada na cena final transmitindo a imagem (Figura 6) que representa o *slogan* do programa coletivo OFF através das palavras “sonhe, explore, descubra e transforme”.

Figura 6 – Cena da “pílula” Pedro Oliva



Fonte: Youtube

2.3.2 Segunda parte – entendendo o que está implícito

Identificamos sob um primeiro olhar que a pílula televisiva Pedro Oliva transmite as seguintes ideias: de valorização e estímulo de ações individuais em prol do bem coletivo; reforça a importância de fomentar ações direcionadas à adaptação dos esportes de aventura para deficientes; desconstrói o imaginário ligado à incapacidade do deficiente; convidando ao telespectador para que assuma um dos papéis abordados, sendo coerentes com o *slogan* do Coletivo *Off* “sonhe, explore, descubra e transforme”; traz o protagonismo atribuído ao esportista e atleta; o público atingido é seletivo, por se tratar de um canal por assinatura.

Transmitindo uma imagem da pílula capaz de trazer o telespectador para as preocupações sociais estabelecidas na narrativa do vídeo, o Canal *Off* deixa implícito o poder que o esporte poderia ter em estabelecer conexões com o meio social e político que envolve o tratamento de pessoas com deficiência. Pessoas comuns, esportistas, médicos, todos de uma forma geral, recebem o convite de se engajarem numa luta em prol do bem comum, em prol da reabilitação de pessoas com lesão medular como dito no vídeo.

Se torna implícito também que o caiaque tem o poder de devolver um pouco da locomoção das pessoas com lesão medular, sendo sua prática associada ao bem-estar, ao melhoramento motor, ao contato com a natureza, à ressignificação do jeito de pensar e agir das pessoas que participam do projeto ELA. Mais do que isso, a pílula aqui em questão, desenvolve efeito de melhora de autoestima para quem participa, assiste e ajuda na realização de ações ligadas a projetos neste sentido. A sensação de vitória poderia estar em sentido figurado, representada em: ganho de autonomia, melhora do humor, ganho de amplitude de movimentos.

Essa junção de fatores ligando ganhos sociais, prática esportiva, conexão com a natureza e melhora motora, é narrada de forma a transformar o telespectador de passivo, à ativo, no desenvolvimento de projetos que coadunam com o bem-estar do próximo.

2.3.3 Terceira parte – entendendo o que está silenciado

Sob um olhar mais criterioso e considerando o processo de edição, podemos inferir que, apesar da inspiração que Pedro Oliva pode suscitar por meio de relatos sobre a própria experiência, os modos para tornar os projetos possíveis permaneceram em silêncio. Dito de outro modo, a pílula mostra que a superação depende da força de vontade, isto inclui esportistas, profissionais e pessoas deficientes, porém, as dificuldades que cada um enfrentaria no percurso permanecem fora de pauta.

Outro dado silenciado é o papel que o poder público deve assumir em ações deste sentido. Ocorre também o silenciamento do capital que rege as produções televisivas neste sentido além de custos com equipamentos de esportes de aventura.

Como opção de consumo midiaticizado a prática de caiaque e dos esportes de aventura para os assinantes do Canal *Off*, deixa passar de maneira silenciada o investimento que deve feito por quem procura o projeto ELA, investimentos em deslocamentos e transportes por exemplo. As dificuldades que as pessoas com deficiências encontram para chegar ao projeto através de ruas e transportes públicos não adaptados. Sem falar dos custos dos idealizadores do projeto em compra e manutenção de equipamentos, possíveis dificuldades para ampliação de ofertas de vagas de pessoas atendidas.

É parco pelo processo de edição de imagens os riscos existentes nos esportes de aventura. Embora façam parte da aventura, os riscos devem ser controlados e minimizados, fato que fica oculto de maneira a transparecer no vídeo somente facilidades.

Mesmo o acesso ao lazer e ao esporte se configurando como um direito fundamental de todos os cidadãos permanece em silêncio a necessidade e importância do governo programar políticas públicas direcionadas ao fomento de práticas inclusivas. É como se o fomento de práticas de esporte e lazer inclusivas dependesse meramente de atitudes de pessoas vocacionadas.

2.3.4 Quarta parte – dialogando com o que foi dito, o que está implícito e silenciado

Desde a chamada do vídeo, é notável o protagonismo atribuído a Pedro Oliva, um esportista de renome internacional, que assume exatamente essa identidade diante do público. O viés social presente em suas ações foi valorizado no âmbito individual. Apenas a imagem da figura três (3) faz menção de um foco mais abrangente, apesar de o vídeo mostrar um aparato envolvendo espaços, equipamentos e profissionais, em nenhum momento fica evidente quaisquer informações sobre a operacionalidade do projeto. Orlandi (2007, p. 16) afirma que na mídia:

Há, atualmente, um silenciamento do discurso político, que desliza para o discurso empresarial, neoliberal, em que tudo é igual a tudo (o político, o empresarial, o jurídico, etc.). Nesse sentido, se pode dizer que a mídia é lugar de interpretação, ela rege a interpretação para mobilizá-la.

As edições/programação do Coletivo *Off* podem se enquadrar no que Neto (2006) chama de mídia social, as relações políticas e sociais narradas durante o vídeo trazem a ideia de um culto ao corpo de valorização do ser humano.

A atualidade, a globalização, o pós-moderno também envolvem as imagens e concepções que as mídias nos oferecem, em que a mídia televisiva de canais por assinatura procura transmitir ao telespectador valores e representações de uma cultura midiática do bem, da valorização a natureza, da sustentabilidade, da promoção da saúde e culto ao corpo. As mídias buscam um espectador/consumidor cada vez mais específico, que, involuntariamente prestigie uma mídia social, onde os lucros são consideráveis (NETO, 2006).

Para Orlandi (2007) ao falarmos nos filiamos a rede de sentidos, o que podemos observar nas falas transcritas anteriormente: “[...] descer as corredeiras parece um limite que é infinito [...]” (aos 18 segundos do vídeo). “No caiaque ela está totalmente independente, igual todas as outras pessoas” (aos 36 segundos do vídeo). Sobre essas narrativas, referindo-nos aos praticantes de esportes de aventura, Costa (2000) afirma que a mídia influencia a construção de

um imaginário que relaciona prazer, emoção, risco e ousadia às sensações de êxtase, gozo e ao paradisíaco. Sabino *et al.* (2016), também narram esse poder edificante que o audiovisual televisivo pode causar nos telespectadores, mexendo com seus sentidos, chegando a penetrar nas nuances de vida de cada indivíduo.

O esporte de aventura é colocado como mais uma opção de consumo para o dia a dia, passivamente ou não o telespectador paga e passa a usufruir esta programação, onde poderá demandar por produtos e equipamentos específicos, por exemplo. Essa requisição pode passar despercebida em forma de consumo midiático indireto, corroborando às tendências midiáticas que Neto (2006) já alertava, para a satisfação de necessidades psicológicas que a TV por assinatura através de sua variedade de canais iria atender.

Trabalhando dentro da lógica do capital que rege o mercado da mídia, nas entrelinhas, as situações atingem sutilmente parte considerável da sociedade, independente de possuir alguma deficiência ou não, somos colocados à exposição direta com o mundo empresarial, esse mundo empreendedor que Ehrenberg (2010) descreve dando exemplos da sociedade francesa, indo da aventura empreendedora à depressão nervosa. A busca de desenvolvimento de si mesmo, de superação de desafios/riscos gerou um efeito colateral, como o uso de medicamentos psicotrópicos.

A busca pela melhoria da qualidade de vida, por mais autonomia, a realização de algo que parecia tão distante, ou simplesmente, se sentir livre, foram falas dos participantes do projeto ELA durante a exibição do vídeo, o que nos leva a refletir como Ehrenberg (2010, p.113) “ser capaz de superar o desafio é ser colocado nas condições de assumir suas responsabilidades, até o ponto de assegurar sua própria inserção profissional e social”.

Essa pílula que nos é dada por uma aparente simples programação de canal por assinatura está enraizada no que Ehrenberg (2010) vem a chamar de modelo empreendedor, baseado em políticas de desenvolvimento da autonomia, novas políticas, em que se busca emprego e reinserção profissional. Funcionando isomorficamente aos interessados em desenvolver e melhorar o capital, pois, a busca desta autonomia tem a ver com decisões arquitetadas em tomadas de riscos.

Assim, desafiando-se como nos esportes de aventura cada um poderá batalhar contra exclusões e/ou desigualdades. Como aparece na fala de uma das participantes descrita anteriormente traz muita alegria, devolvendo autonomia, com uma sensação de posso mais (aos 1,09 min de vídeo).

Cada ser humano possui sua autonomia, desenvolver-se, gerar compromettimentos, evoluir, faz parte dos anseios da humanidade, e a mídia usa essas questões de forma estratégica

para alcançar o cotidiano das pessoas. Para tornar o público do canal fiel, transformando as informações em fonte de prazer para o cliente/telespectador. Dentre várias formas de fidelizar seu cliente destacamos uma que Hernandez (2017) comenta que é a identificação ideológica do público, a própria identidade do sujeito que assiste ao Canal *Off* é propensa a gostar do meio ambiente, de aventuras, dos esportes; aliando a empatia do público alvo do canal com as questões relacionadas a saúde e bem-estar da sociedade, uma programação editada, de duração aproximada de dois minutos, que vai ao ar nos intervalos de programações maiores, não deixam nem mesmo o cliente/telespectador levantar-se para ir ao banheiro.

Aos 49 segundos de vídeo na fala de um especialista “ganhando a musculatura do tronco a autonomia no dia a dia é muito maior” remetem as pessoas com lesão medular que são o foco do projeto, pessoas essas estigmatizadas. Para Goffman (1988):

O termo estigma, portanto, será usado em referência a um atributo profundamente depreciativo, mas o que é preciso, na realidade, é uma linguagem de relações e não de atributos. Um atributo que estigmatiza alguém pode confirmar a normalidade de outrem, portanto ele não é, em si mesmo, nem honroso nem desonroso (GOFFMAN, 1988, p. 13).

O estigma emana de categorias que começam a reivindicar seus direitos, pois, perante o estado, todos somos iguais, devendo ter direitos semelhantes. O estigma dessas pessoas está ligado à sua limitação física por conta da lesão, mas isso não diminui de maneira nenhuma as falas de realização do projeto e seus realizadores. São atitudes de inclusão como cita Pedro Oliva com 1 minuto de vídeo, “ocorrem mudanças na vida dos participantes do projeto, melhorando o humor, o olhar, a coloração da pele, é como se estivessem recebendo uma injeção de alegria”. O que debatemos neste ponto é como a mídia utiliza essa parcela da população para solidificar-se como formadora de opinião e fidelização de seus espectadores. Dentro do programa Coletivo *Off* não somente esse vídeo, mas outros apresentam essa temática.

O indivíduo estigmatizado pode, também, tentar corrigir a sua condição de maneira indireta, dedicando um grande esforço individual ao domínio de áreas de atividade considerada, geralmente, como fachadas, por motivos físicos e circunstanciais, a pessoas com o seu defeito. Isso é ilustrado pelo aleijado que aprende ou reaprende a nadar, montar, jogar tênis ou pilotar aviões, ou pelo cego que se torna perito em esquiar ou em escalar montanhas. [...] O estigmatizado pode, também, ver as privações que sofreu como uma benção secreta, especialmente devido à crença de que o sofrimento muito pode ensinar a uma pessoa sobre a vida e sobre as outras pessoas (GOFFMAN, 1988, p. 19-20).

Para ilustrar este trecho acima Goffman (1988) usa o exemplo de uma mãe que possuía poliomielite, descrevendo que durante um período que passou em um hospital adquiriu um

aprendizado, ganhou consciência de suas limitações e acredita que não teria ocorrido se estivesse “correndo em uma quadra de tênis”.

A formação da identidade social dos indivíduos estigmatizados arrola dúvidas, incertezas, privações, que, por vezes, tendem a ser manipuladas ou até mesmo escondidas por eles ou por quem os cuidam. Como afirma Goffman (1988, p.65) “[...] o problema da manipulação do estigma é influenciado pelo fato de conhecermos, ou não, pessoalmente um indivíduo estigmatizado [...]” necessitando de informações mais claras e específicas de sua identidade pessoal.

O termo identidade pessoal está relacionado à pressuposição de diferenciação entre posições e biografias, porém, na verdade, ele é observado mais claramente em uma identificação positiva do indivíduo, como sua fotografia, seus atributos biológicos, caligrafia, sendo estas, formas de organização do estado (GOFFMAN, 1988).

Considerando o papel da mídia como formadora de opinião e detentora de informações utilizadas para gerar maior audiência e fidelização de seus espectadores, seu arcabouço cinematográfico pode ser capaz de valorizar e robustecer determinados *status* e performances em detrimento de questões políticas e sociais que se apresentam no cotidiano da população, influenciando o pensamento na realização dos esportes de aventura (NETO, 2006). A educação física atenta a esta realidade, procura dialogar através deste texto com as questões ligadas às subjetividades concernentes às práticas corporais.

As novidades tecnológicas que tornam as informações e programações midiáticas fluidas, aceleradas e integradas (imagens, sons, textos editados, plataformas digitais) levam ao telespectador os produtos audiovisuais híbridos, onde a pluralidade de informações é transmitida às vezes de forma crítica, as vezes simplista, as vezes ousadas, como descrevem Santaella (2002), Sabino *et al.*, (2016). No encerramento da pílula televisiva aparecem as palavras de *slogan* do Coletivo *Off* “sonhe, explore, descubra e transforme”, encerrando-se com a fala de Pedro Oliva: “É realizador. É uma sensação de vitória que não tá numa medalha, numa recompensa financeira. É algo que a gente leva pra vida toda, que não tem preço, né?” (1 minuto e 44 segundos do vídeo).

Essa fala traz a interpretação do esportista, fala da sensibilidade, do estímulo, confrontando-se com a percepção que poderá o audiovisual transmitir ao telespectador, chamando-o a interagir com a pílula televisiva, misturando a efervescência tecnológica do mundo atual, a linguagem híbrida do audiovisual (SANTAELLA, 2002; SABINO *et al.*, 2016). Essa performance, nada mais vai corresponder ao que cada indivíduo irá interpretar de acordo com suas vivências e experiências de vida.

Como aponta Orlandi (2007), o silenciamento político nos leva a refletir, pois eles explicitam confrontações, como o silenciamento percebido com os custos das práticas dos esportes de aventura. Embora tenha sido uma pesquisa realizada com crianças de quarta série/quinto ano, o trabalho de Pinto *et al.* (2012) menciona que a prática destas atividades não é acessível a populações de classes socioeconômicas menos favorecidas, tal prática necessita de deslocamentos, recursos materiais e financeiros onde uma parcela da população nacional não dispõe de expedientes para sua realização.

Ainda nessa perspectiva, um estudo realizado na cidade do Rio de Janeiro (TRIANI *et al.*, 2020), identificou alta prevalência de prática de esportes de aventura de baixo custo, como trilha e surfe. Por outro lado, baixa prevalência de modalidades de maior custo, como o voo livre e o kitesurf. Contudo, observou-se que em razão dos valores dos equipamentos de alto custo, como para a prática do voo livre e do mergulho, por exemplo, há grande número de empreendedores oferecendo esse tipo de serviço, porém, para uma pequena parcela da população que pode pagar, na qual a maior parte é composta por turistas.

Considerando os custos da prática de algumas modalidades de esportes de aventura, algumas pessoas poderão ter dificuldades de acesso ao tratamento como o que é comentado no vídeo, novamente, vale ressaltar que em nada diminui a importância terapêutica e de ações neste sentido, mas, fica aqui um alerta para a prática dos esportes de aventura, que podem ser encarados com bons olhos, pois devem associar-se a diversas frentes. Em que para Pereira (2013), as proposições a temática antes vista com preconceitos, ganha força e interesse na sociedade, inclusive chegando a um eixo temático na educação física escolar através da Base Nacional Comum Curricular (BRASIL, 2018), embora existam muitas críticas ao documento oficial.

O esporte de aventura que se apresenta nesse diálogo, em tese é o Caiaque, mas as construções do imaginário das atividades esportivas transcendem uma só pauta, como aponta Costa (2000) e Pereira (2013), pois a mídia que colocou o foco nestas práticas corporais encorajou a busca pelo risco, com apelo à coragem individual.

2.4 Considerações finais

Vale esclarecer que não se trata de desqualificar a abordagem de iniciativas sobre a adaptação do esporte e lazer visando inclusão, ao contrário, sob este ponto de vista a pílula

televisiva aqui debatida pode ser realmente inspiradora e transformadora. A preocupação gira em torno do silenciamento de fatores decisivos para o fomento da adaptação e inclusão de deficientes e do fato da divulgação acontecer em formato de pílulas, o que pressupõe um frasco com outras cápsulas deste antídoto, consequentemente fomentando a ideia de ajudar o próximo, o que não seria ruim, caso não naturalizassem as falas e ações a serem desenvolvidas neste sentido. Receber várias doses do mesmo seria na concepção de Orlandi (2007) a repetição pela paráfrase e a consequente homogeneização dos efeitos de sentido, a naturalização do dizer.

A escolha dos lugares, das pessoas e personagens leva a construção psicológica que qualificam a memória coletiva e individual a aderir a esta causa. A causa do ajudar, de proporcionar coisas boas às pessoas que têm limitações motoras. O esforço para corrigir ou consertar limitações físicas fixam-se como parte de uma identidade pessoal, em que surge a vontade de algumas pessoas publicarem materiais reveladores e autênticos.

As análises realizadas no presente estudo possibilitaram identificar que as estratégias requisitadas pelo Canal *Off* para edição da pílula Pedro Oliva reforçaram a importância da adaptação esportiva com vistas à inclusão. Foram requisitadas palavras de especialistas, ficando evidente o respaldo científico, no entanto, apesar de sugerido, não houve ênfase no engajamento social. Aliás, houve valorização de ações individuais, sem que houvesse menção ao papel do Estado no fomento de políticas públicas voltadas à questão. Mesmo o acesso ao lazer e ao esporte se configurando como um direito fundamental de todos os cidadãos, na abordagem da pílula “Pedro Oliva” permaneceu no nível do não dito a responsabilidade do Estado na implementação de ações direcionadas a este setor.

O destaque foi a ideia de que ações individuais, motivadas pelo prazer que constituem a mola propulsora para o fomento de práticas transformadoras, sobretudo, demonstrando como nessas ocasiões, a recompensa financeira é dispensável. É como se o fomento do esporte e lazer inclusivo dependesse meramente de atitudes vocacionais. Em tempos de problemas políticos graves que passamos em nosso país, a importância dispensada ao lazer não irá chamar tanta a atenção, porém, são cada vez mais urgentes fomentos que se preocupem com essa área, o lazer.

A geração de interpretações e interesses do projeto ELA representam um grupo de interesse específico, em que procuramos questionar as dimensões sociais e políticas, alertando para o que nos é imposto pela mídia consumista dos dias atuais. A fluidez, as emoções, o moderno, o mundo líquido que vivemos é cercado de interesses, os projetos constituem dimensões de cultura, de potencial público, sendo conscientes e de interesses políticos claros.

Os esportes de aventura, tema principal do Canal *Off*, tem como alvo jovens e adultos, onde evidenciou-se na pílula televisiva a busca de uma transformação e reinserção social pelo

Caiaque, essa acarreta no indivíduo a preocupação em investir em práticas de autocuidado que envolvem o estado psíquico, o corpo e a saúde. Temáticas abordadas diretamente pela educação física, onde fica o alerta de reflexão para a prática pedagógica dos docentes e questões de nossa sociedade.

3 CONTEÚDOS ENALTECIDOS PELO CANAL *OFF*

3.1 Introdução

Os discursos midiáticos televisivos buscam atrair e fidelizar telespectadores diariamente, afinal, uma das fontes de receita que nutre o entretenimento vem do público que assiste as programações, sejam elas jornalísticas, esportivas, informativas, de opinião, espetacularizada ou sensacionalista. A busca da audiência consumidora confere à mídia um papel cada vez mais sofisticado, a pretensão exposta em imagem e som busca contemplar o telespectador em seus anseios de vida e de relações sociais. Ainda se associam propagandas de produtos, marcas de equipamentos, marcas de roupas, que são vendidos indiretamente ao público, numa atividade que acaba criando uma via dupla (CÂNDIDO *et al.*, 2016).

Nos remetendo ao conceito de “mundo vida” de Habermas (1988) onde ele considera três componentes estruturais, cultura, sociedade e pessoa, em que, cultura compreende conhecimento sobre algo no mundo; sociedade, legitima a regulação das relações de grupo social; e, pessoa, o sujeito capaz de compor sua própria personalidade através do falar e agir. A trama desta relação tem como substrato a formação da personalidade individual, Habermas relaciona diretamente a ação comunicativa com o mundo vida, pois, a ação comunicativa integra um processo de transmissão e renovação do saber cultural.

É preciso compreender não somente o ato social, mas também o sistema e sua organização, onde o corpo humano tem um papel fundamental na interface comunicativa humana (HABERMAS, 1988). A mídia nos mostra uma ideia de utilização estratégica de comunicação, onde, em nosso estudo, as ações que envolvem os esportes de aventura são protagonizadas por gestos corporais, traçando um paralelo com a obtenção de público espectador seletivo e útil para o outro.

Em um link, num conteúdo clicável ou no convite direto do apresentador de um programa de televisão, o telespectador é convidado a um ganho de capital social pela mídia, este poderá ajudar a melhorar sua saúde, sua alimentação, ocupar seu tempo livre, preenchendo carências afetivas, motoras, mentais. Enfim, compartilhar algo através da mídia por mais que signifique uma relação de troca, nem sempre se exprime as estratégias sutis que são traçadas para cativar e fidelizar o telespectador, as transmissões televisivas cheias de sentidos e

significados entram em campo armadas de conteúdos que buscam dialogar com as mais diversas áreas, atraindo o máximo possível de telespectadores (ALTHEIDE; SCHNEIDER, 2013).

Reforçando a fala narrada acima, a TV paga, também se constitui em uma forma de dialogar com as questões sociais, segundo Neto (2006) ela surge para preenchimento de tempo, com conteúdos que as TV's abertas já não estavam conseguindo abranger com mais profundidade de informações. Quando falamos em questões sociais, é importante esclarecer que Neto (2006) nos mostra que a mídia utiliza de estratégias para chegar ao contexto social de cada um de nós, preenchendo nossas carências ou mesmo nossos anseios de vida cotidiana.

Esta ação de proximidade, de troca, de diálogo entre os conteúdos apresentados na televisão com suas programações multisseriadas, multifacetadas, e estrategicamente desenvolvidas, juntamente com o telespectador que absorve as narrativas consumindo os conteúdos, a nosso ver pode estar acompanhada do que Habermas (1988) chama de sujeito transmissor em busca do sujeito receptor.

Habermas, filósofo e sociólogo alemão embora aposentado, continua a ser um dos mais importantes intelectuais contemporâneos, onde acreditamos num entrelaçamento com a modernidade na ocorrência de uma transgressão do agir estratégico para o agir comunicativo, em outras palavras, para atingir seus objetivos a mídia (TV) pode influenciar outros indivíduos (telespectadores) por meio de suas armas, bens, ameaças e seduções.

Neste jogo de ideais, onde balizamos nosso entendimento sobre o trabalho que orienta a mídia, não sendo somente financeiramente, mas, também socialmente. Se fazendo necessário esclarecer que Habermas defende uma proposta para a sociedade existindo uma linha tênue progressiva da ação e agir estratégico à ação e agir comunicativo. Para isso o sucesso ou a resposta deixa de ser somente individual, transforma-se em uma orientação mútua de sociedade, pavimentando a racionalidade humana e orientando para dois tipos de espaços. Um diz respeito a ação e agir estratégico não abrir espaço para diálogo, o outro, da ação e agir comunicativo propiciando esta abertura (HABERMAS, 1989).

Existiria então, uma possibilidade que a coordenação dessas ações gerasse uma harmonização com base no diálogo com a sociedade, servindo como alicerce as vivências dos sujeitos envolvidos. Estes mecanismos podem adentrar nosso cotidiano se expressando de diversas formas, desenvolvendo a ideia de que a mídia utiliza várias formas para fidelizar e atrair os telespectadores segundo Altheide e Schneider (2013), Neto (2006). Podendo desde organizar-se profissionalmente e estrategicamente até a interação com os telespectadores, no intuito de dialogar e torná-los comentaristas, participantes das programações midiáticas.

Altheide e Schneider (2013) mostram os desafios e a importância de se estudar as mídias televisivas atualmente. Mesmo com a evolução tecnológica que nos alcançou (*tablets, smartphones, internet, wi-fi, relógios smart, etc*) a televisão ainda se configura como um dos meios de comunicação midiáticos mais utilizados pela população, e estudá-la é sempre um desafio, pois cada vez mais a mídia está presente em nossas vidas. Os espectadores passaram a fazer parte dos eventos televisivos, por exemplo, nos *realitys shows* com seus votos ou como minieditores de plataformas digitais os cidadãos foram convidados a estabelecer contato direto com as mídias sociais.

Os esportes de aventura como já vimos nos capítulos anteriores veio ganhando visibilidade na mídia, chegando-se a criação de canais específicos, assim como outras atividades na mídia de entretenimento, tais como: canais infantis, canais de filmes, canais de documentários, canais adultos, canais de agronegócios, canais internacionais, canais esportivos, canais cinematográficos/dramatúrgicos, canais jornalísticos, canais religiosos, canais de moda, canais meteorológicos, canais musicais, entre outros gêneros. Toda essa gama pode vir a perpetuar o que Neto (2006) e Altheide e Schneider (2013), chamam de preenchimento de carências dos telespectadores consumidores.

Embora tenhamos essa segmentação no mercado midiático ocorrendo no Brasil nas últimas três décadas como visto no capítulo I, é inegável que durante a última década tivemos a avassaladora internet, perpetuando-se como nova protagonista no meio midiático, influenciando diretamente o mercado. Este, por sua vez, atento aos avanços tecnológicos, adapta-se na frequência dos clientes, migrando para as plataformas interativas que vieram surgindo e evoluindo como por exemplo: *Instagram, Whatsapp, Facebook, Youtube, Twitter, E-mail* entre outras, como podemos observar no próprio Canal Off (Canal Off, 2021).

A fim de compreender a relação dos esportes de aventura e a mídia iremos partir do estudo de Betti (1997), que identificou na programação esportiva da televisão nove direções de discursos televisivos: falação, cotidiano, ao vivo, nostalgia, adrenalina, esporte global, anúncio publicitário, veja de novo e espetacular. Em Betti (1999) o estudo foi mais direcionado na mídia especializada de TV por assinatura (o canal SPORTV), apontando em primeiro lugar na programação com 20,1% os esportes radicais, pequena produção em nosso país, era mais vantajoso comprar de fora. Fato que mudou com a Lei da TV Paga (Lei 12.485/2011). Que obriga a 50% da programação ser brasileira e uma parcela de 3 horas e 30 minutos deste conteúdo nacional deve ser exibido semanalmente em horário nobre, sendo a metade de produtora independente (BRASIL, 2011).

Em Betti (1999) a TV a Cabo privilegiava as categorias Adrenalina e Espetacular, sendo uma espécie de marca registrada e ainda levando em conta a programação que dedicava um bom número de horas aos esportes radicais. Onde nos perguntamos, teriam essas categorias mudado com um canal específico para esportes de aventura? Quais as características de uma programação específica de esportes de aventura? Qual direção seguimos durante essas décadas desde os estudos de Betti? A mídia influenciou de que forma os praticantes de esportes de aventura? Como os praticantes de esportes de aventura veem o contato com a natureza?

Betti (1999) ao interpretar o discurso da TV a cabo sobre o esporte, detectou a presença e predominância dos esportes radicais, onde em sua avaliação houve um predomínio sobre as imagens que eram transmitidas, embora entrelaçada com códigos de linguagens e narrativas de levar o conhecimento sobre os esportes (técnicas, táticas, etc), a televisão acaba por espetacularizar o esporte, sendo este um produto consumível apenas por imagem.

Para aprofundarmos um pouco mais o debate, buscamos entender em um canal por assinatura, como ocorre a relação mídia/telespectador através da análise da programação semanal do Canal *Off*. Este canal de televisão vem transmitindo os esportes de aventura em sua programação desde 2011. Dialogando diretamente com as perguntas acima, nosso objetivo é buscar quais discursos midiáticos têm sido enaltecidos pelo Canal *Off* de esportes de aventura, averiguando a programação de uma semana do Canal.

3.2 Metodologia

Para este capítulo utilizamos o protocolo de análise qualitativa de mídia descrito por Altheide e Schneider (2013), onde se devem considerar tanto as imagens quanto o discurso, além das chamadas dos programas, pois ambos nos dias de hoje possuem muita credibilidade. É sugerido para pesquisa qualitativa incluir categorias para que sejam relevantes para as características de análise, incluindo informações do tipo: Tempo, local, forma de uma atividade; ou respondendo: como isso é feito? Onde e quando foi feito? Quem fez isso? Com que razão? Algum motivo está aparente? Transformando as anotações sugeridas acima em formato de rascunho para análise.

Os conteúdos visuais são muito explorados pelo Canal *Off*, e isso nos levou a escolha desta metodologia de análise qualitativa de mídia proposta pelos autores. Que mostram a

existência do benefício de se acessar os conteúdos via computador, facilitando o acesso pessoal as programações que iremos analisar.

Em um primeiro momento de busca da programação, identificamos a data, a hora, o canal, o nome do programa, e a chamada do programa, que se encontrava disponível no link¹⁰ (<https://canaisglobo.globo.com/programacao/canal-off>). Posteriormente a fim de evitar erros no processo de acesso a programação sob demanda, identificamos toda a programação da semana analisada com *prints* de tela anexando ao nosso rascunho digital. Esta programação também se encontra disponível em <http://ancine.grade.globosat.tv/off.html>.

Dentro do protocolo descrito por Altheide e Schneider (2013), é importante explicar que os segmentos ou unidades de informação transmitidos na televisão devem ser levados em consideração. Em que segmentamos por programas/séries/episódios, pois o Canal *Off* possui atividades esportivas distintas, possibilitando metáforas, palavras ou expressões e elementos significativos para cada programa.

Em cada segmento (programas/série/episódio/filme) dialogamos com: a) tópico/título, em que é dito o que acontece no programa; b) tema, descrevemos de quais modalidades ou atividades se tratava; c) metáforas, termos utilizados que podem caracterizar uma modalidade de esporte de aventura, ou característica de um grupo, e surgidos no contexto dos programas; d) fontes, de onde extraímos o programa, personagens, nomes relevantes, editores dos programas/vídeos; e) tipos de elementos visuais, exploramos a imagem, o conteúdo visual que é transmitido.

Essa constituição de protocolo adaptada de Altheide e Schneider (2013), foi necessária para examinar as partes constituintes dos programas abrangendo o que apareceu no discurso falado e na ação transmitida pelas imagens. A partir do momento em que relatamos/transcrevemos/anotamos estes dados surge uma inclinação narrativa para compreensão do todo.

O período de análise foi a programação semanal do Canal *Off* de 00:00 (zero hora) do dia 23/05/20 (sábado) até as 23 horas e 59 min do dia 29/05/20 (sexta-feira). Período que passávamos pela pandemia do novo Coronavírus (covid-19), em que, conforme veremos nos resultados influenciou na programação do Canal. Foram selecionados 300 programas televisivos, que passaram na programação durante os 7 dias. Totalizando 168 horas de programação, o acesso a programação semanal analisada se deu pelo sistema “on demand” (sob

¹⁰ Disponível em: <<https://canaisglobo.globo.com/programacao/canal-off>>.

demanda), pois os conteúdos do canal podem ser acessados sob a demanda dos assinantes do canal.

Para atingir nossos objetivos assistimos e revimos os programas/filmes/séries, anotando as informações colhidas em um rascunho digital como forma de coleta dos dados, considerando: a) tópico/título; b) tema; c) metáforas, palavras ou expressões; d) fontes; e) tipos de elementos visuais e as falas. Este material gerou os dados que iremos apresentar a partir de agora nos resultados de forma descritiva. Apresentamos um modelo adaptado de nosso rascunho no Apêndice A.

3.3 Apresentação dos resultados da programação semanal

Quadro 4 – Programas selecionados e analisados durante uma semana

	Total de programas selecionados durante uma semana	Programas repetidos	Total para análise	Não obtivemos acesso aos vídeos	Total de vídeos assistidos
Número de programas	300	198	102	27	75
Horas	168 horas	116 horas e 29 min.	51 horas e 31 min.	18 horas e 30 min.	33 horas e 1 min.
Total de produções nacionais			56 prog. / 54,9%	24 filmados fora do Brasil 31 filmados no Brasil 1 dentro e fora do Brasil	
Total de produções internacionais			46 prog. / 45,1%		

Fonte: O autor, 2021.

Conforme apresenta o quadro 4 da programação semanal, foram excluídos da análise 198 programas repetidos, sendo estes reprisados em outros dias e horários dentro da mesma semana analisada. Dos 102 programas restantes para a análise 56 (54,9%) eram de produções nacionais e 46 (45,1%) internacionais. Das produções nacionais 24 (42,9%) foram filmados fora do Brasil, 31 (55,3%) em território nacional e 1 (1,8)% dentro e fora do Brasil.

Destes 102 programas para serem analisados, 27 embora apareçam como possibilidade de assistir sob demanda, não estavam disponíveis para visualização futura, em que optamos pela realização de análise dos conteúdos das chamadas e incluímos nos dados de modalidades/esportes apresentados pelo canal durante esta semana. Este dado, pode se apresentar como uma limitação do estudo, uma vez que não conseguimos assistir todos os programas da semana analisada.

Assistimos então, 75 programas totalizando 33 horas e 1 minuto de vídeos analisados disponíveis sob demanda. Sete (7) programas faziam alusão diretamente ao período do novo Coronavírus (covid-19), com uma programação de Yoga, como veremos nas análises e se encontravam disponíveis no *Youtube*. Os outros 68 programas estavam disponíveis nas plataformas de assinantes do canal. Não analisamos os intervalos entre um programa e outro, focamos o estudo somente nos vídeos da programação semanal.

3.4 Descrição dos resultados dos programas selecionados

Seguindo o protocolo de análise qualitativa de mídia de Altheide e Schneider (2013), anotamos os dados extraídos de títulos, temas, metáforas, fontes e elementos visuais.

3.4.1 Títulos

Nas chamadas de títulos dos programas, os elementos visuais em sua maioria trazem a natureza, o meio ambiente e os próprios protagonistas dos vídeos como um pano de fundo, situando o imaginário do telespectador. Nas narrativas textuais de chamadas dos programas, os elementos que mais aparecem são frases curtas, enaltecendo o episódio, atrelando-os a belas paisagens, lugares paradisíacos, habilidades dos atletas. Também tem espaços as chamadas em tom de defesa do espaço feminino nos esportes de aventura, como na série de skate “#respeitaasmina”, em que representam uma luta pelo skate feminino no Brasil; a série “Europa por elas”, onde as meninas viajam pela Europa em busca muitas aventuras e belas ondas para surfar.

Segmentando as chamadas dos títulos e temas, obtivemos:

- a) “Mundo Medina: surfe e treino na Califórnia”; - “Luan Oliveira: Além do skate: Viagem para Paris”; “Tatiana Weston-Webb: Swell Perfeito em Jeffer’s Bay...África do Sul”; “Brazilian storm (tempestade brasileira): Geração de campeões”; os quais mostravam atletas profissionais de skate e surfe que competem e utilizam-se de viagens internacionais para treinamento e descontração, por vezes aparecendo nas imagens belas casas, praias desertas, em meio as suas marcas de patrocinadores.
- b) “Morando na estrada: Ganhando asas...rumo à praia de New Jersey, no norte dos Estados Unidos”; - “Nalu de férias”; - “Nalu pelo mundo de bike: San Sebastian/Mutriku/Mundaka (103 km)”; - “Dias de sobrevivência”; se referindo a viagens aventureiras como forma de conhecer, aventurar e desafiar-se por locais pouco habitáveis, desconhecidos e turísticos.
- c) “As fronteiras do Nilo: A cidade de Lalibela”; - “Alma Viajante: a tribo de Dorze”; - “*Dreamcatchers* (apanhadores de sonhos): O casal Phill e Iva continuam viajando o mundo por paisagens paradisíacas a bordo de seu querido e já conhecido barco Dali”; - “Ski na Nova Zelândia: Chegando na Nova Zelândia”; são viagens narradas como de autorreconhecimento, reconexão, busca de paz interior, desafios, aprendizagens, viagem religiosa, transformação pessoal.
- d) “Parede Fortaleza”; - “Meu nome é Michaela Fregonese”; nestes programas chamados de Original *Off*, apresentou-se maiores desafios e perigos, seja na escalada ou em ondas gigantes, a importância da parceria na aventura, o perigo, o medo, a importância do equipamento correto, permearam os episódios.
- e) “Arte sobre rodas”; também Original *Off*, apresentou um documentário sobre o encontro entre artistas e skatistas que ficaram famosos não só pelo seu estilo e suas performances, mas também por seus emblemáticos desenhos que os identificam nos shapes de skate.
- f) Seleção *Off*: O conceito das minis; - Seleção *Off*: Riscos e desafios do *shorebreak*; que apresentaram Clark Little, fotógrafo profissional que através de suas lentes apresenta a Costa Norte de Oahu, no Havaí, onde ele mora. Ele mostra as “*Shorebreak*”, (minis ondas, ou bombas), retratadas pelas suas lentes em fotografias de surfistas e mostrando seu ateliê e suas produções.
- g) *Off* Films e *Off* Docs. Com exceção do documentário “*Surf the line*”, que falava de surfe aéreo, montanhismo e tirolesa, premiado no Festival de filmes de Berlim em 2017, encontramos alguns problemas de acesso aos vídeos. Muitos não estavam mais disponíveis na plataforma do canal para o acesso de assinantes, em sua maioria títulos

internacionais independentes: - “Epic Trails: Trilha Pennie Way”; - “Surfing Australia TV”; - “Uci mountain bike world cup”; - “World’s Greatest Mountains”; - “Transworld skate mag”; - “Epic Trails”; - “Trilha Sunshine Coast”.

h) APP na TV; Como uma pausa na programação de esportes de aventura, o Canal *Off* exibiu aulas de Yoga com a professora Mila Monteiro. Durante a pandemia da covid-19 chamava a atenção da importância de se meditar neste momento, os episódios ficaram disponíveis no Youtube como uma forma de conexão com o público de uma forma geral, onde todos podem acessar, mesmo os não assinantes. É narrado por ela que “Em tempos de isolamento social e caos mundial é sempre bom parar e olhar para dentro. Nossa casa virou nosso casulo, e nossos dias entraram em um loop (ciclo) ambiente”.

i) “Apneia”. Série que tem como protagonista principal Flavia Eberhard, recordista Sul-Americana de mergulho em apneia, que aparece nos episódios descrevendo os mergulhos, passeios e desafios.

j) “Diário das Ilhas”. Onde fotógrafos e alguns surfistas aparecem em North Shore, Oahu, Havaí, na casa alugada por Felipe “Gordo” Cesarano durante 15 temporadas havaianas, servindo de troca de ideias entre os fotógrafos.

k) “Jornada Dupla”. Episódio protagonizado por Márcio Santoro, sócio de uma agência de publicidade em São Paulo, onde é descrita a rotina de treinos e preparação para manter uma vida ativa de praticante ciclismo e surfe em meio ao trabalho, acordando cedo, pedalando e viajando para surfar.

l) “70 e tal: Arpoador”; - “70 e tal: Entre a m.... e a repressão”. Nesta série, nos episódios são narrados fatos históricos do surgimento do surfe no Brasil, primeiros campeonatos de surfe, seu envolvimento com o skate, e muita história narrada por personagens que vivenciaram a época do nascimento do surfe no Rio de Janeiro e no Brasil.

m) “Guia de manobras: aéreos”. Série que exhibe neste episódio um pouco da história do surfe e sua evolução, inclusive com a evolução da prancha, chegando a falar de Malibu, onde se deu o início de manobras mais radicais. Nas narrativas chega-se à criatividade dos surfistas, derivando daí várias manobras, como o aéreo por exemplo, acompanhadas da evolução das pranchas mais leves e com quilhas.

n) Maratona *Off*. Séries com episódios de skate aparecem em sequência na programação. - “Skate no Quintal”, onde foram apresentadas Bowls (pista de skate em formato de piscina, com aparência de uma bacia) e pistas de skate com rampas, com grande destaque para o cenário nacional, ligando a paixão pelo skate. Outra série a

“Manual do skate com Christian Hosoi”, lendas do skate mundial como: Tony Alva, Tony Hawk, Danny Way, Stave Cabarello, entre outros, narram desde o surgimento do skate vindo do surfe até uma homenagem a Hosoi. Na série “Pela Rua”, skatistas são filmados em escadas, calçadas, e pistas de São Paulo, em sessões de skate street puro e em pistas, com sequências de aéreos e manobras radicais.

3.4.2 Temas (Modalidades)

Considerando os temas/modalidades e esportes de aventura encontrados nos 102 programas durante a semana de análise dos vídeos obtivemos:

Quadro 5 – Relação das aparições dos esportes de aventura durante a semana 23/05/20 a 29/05/20, na programação do Canal *Off*.

Modalidades/temas – esportes de aventura	Aparições	Modalidades/temas – esportes de aventura	Aparições
Surfe	36	Skate	27
Filmagem/fotografia	12	Ciclismo	7
Yoga	7	Trekking, trilha, caminhada	4
Kitesurf	4	Montanhismo	3
Escalada	2	Mergulho em apneia	2
Snowboard	2	Ski	2
Tirolesa	2	Bodyboard	2
Windsurfe	1	Bungee Jump	1
Canionismo	1	Ironman	1
Parapente	2	Longboard	1
Total de aparições: 119			

Fonte: O autor, 2021.

Neste quadro de análise dos conteúdos esportivos presente nas programações, consideramos não somente os títulos, mas também as temáticas, os elementos visuais, os discursos falados e ações transmitidas que compuseram os programas analisados. Onde fizeram

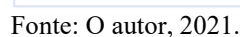
parte das edições que foram ao ar muito mais do que o título ou uma modalidade de esporte de aventura, e sim, um conjunto de narrativas e imagens que segmentaram a programação.

3.4.3 Metáforas, palavras ou expressões

Em um resumo das metáforas, palavras ou expressões mais utilizadas, como sugerido no protocolo de Altheide e Schneider (2013), identificamos: desafiador, diversão, hobby, locais remotos, luta pelo skate feminino, muito estilo, dá hora, transformação pessoal, viajar, visitar, inovador, agressivo, radical, mandar manobras, aéreos, velocidade na onda, ancoragens, adrenalina, risco, medo, casca grossa, respeito as diferenças, gerenciar riscos, importância do treino, proibição por autoridades, perigo, parceria, abrir vias, *vibe*, *lyfe style*, *swell*, *Shorebreack*, *Lip*, vacas (quedas e tombos), *inside*, *aloha*, dropar, retrô, quilha, *crowd*, aventura, *longboarder*, bateria, improvisação, hata-yoga, trampo, rôle, tá ligado, raízes, *bowl*, *half*, *trairnd*, *grab*, *treeking*, *backside*, *freesurf*, *freestyle*, muito louco.

Estas metáforas, palavras e expressões mostram uma variedade de termos e expressões utilizados pelos protagonistas e participantes das programações do Canal *Off*, podendo significar a existência de linguajar que identifique os praticantes, e até mesmo direcionar em qual modalidade de esporte de aventura ele se encontra. Assim, em um sentido figurado elas poderiam transportar para comparações diversas, mas, utilizada no contexto midiático transfere para a cultura do esporte de aventura, em uma compreensão que transcende os limites puramente esportivos.

Na nuvem de palavras abaixo (figura 7) em formato de árvore, é possível observar com mais destaque as metáforas, palavras e expressões mais pronunciadas, desvelando um pouco da seiva bruta que percorre os esportes de aventura transmitido pelo Canal *Off* na semana analisada:



3.4.4 Fontes

No item das fontes, anotamos, em nosso rascunho digital, dados para facilitar a busca e organização dos dados para discussão, conforme o exemplo a seguir da série “Tatiana Weston-Webb”:

- Temporada 5, episódio 7 – “De volta ao Rio de Janeiro”. 20 min de duração. Link: <<https://canaisglobo.globo.com/assistir/canal-off/tatiana-weston-webb/v/8544347/>>;
- Personagens/protagonistas: Tatiana Weston-Webb (surfista profissional); Yago Dora (surfista/BRA); Leandro Dora (Técnico da Tatiana); Jesse Mendes (surfista/BRA); Bernardo Otero (gestor esportivo do COB); Camila Vieira (Pesquisadora Bioquímica do COB); Raul Freire (fisiologista do laboratório do COB); Alex Itaboraí (fisiologista do laboratório do COB);
- Profissionais da mídia: Equipe HDaniel Studio; Direção: Henrique Daniel; Produção Executiva: Henrique Daniel; Produção: Isabela Madanelo, Carolina Knudsen; Coordenação de pós-produção: HDaniel studio, Callado Filmes; Imagens: André Callado; Imagens aéreas: André Callado; Edição: André Callado; Finalização: André Callado; E Equipe OFF.

Os dados das fontes situavam o programa e ajudava na coleta de dados, pois em caso de dúvidas e revisões bastava acessar o link para ter acesso, bem como ajudou a demonstrar o profissionalismo do trabalho realizado para a produção dos vídeos. Entendo que as produtoras por trás dos vídeos possuem uma equipe de profissionais capazes de ampliar a qualidade do material gravado, com suas edições, efeitos sonoros, escolhas de músicas e tudo mais que cerca as produções midiáticas.

3.4.5 Elementos visuais e narrativas

Os elementos visuais, narrativas de elementos visuais e falas importantes dos personagens/protagonistas, foram descritos em nosso rascunho digital. A transcrição das falas e anotações das compreensões dos contextos encontrados nos vídeos através das imagens gerou um material denso que nos ajudou posteriormente na análise. Parte destas anotações (como exemplo) podem ser encontradas no Apêndice A.

Todos os cinco (5) itens do protocolo de Altheide e Schneider (2013), (a- tópico/título; b- tema; c- metáforas, palavras ou expressões; d- fontes; e- tipos de elementos visuais e as falas) foram cumpridos com as devidas anotações, e nos ajudaram a categorizar a programação do Canal *Off* durante a semana analisada. Assim novas categorias surgiram na análise destes resultados (neste momento seguindo uma ordem de análise), considerando nossas transcrições dos discursos midiáticos dos esportes de aventura, em que a exibição dos vídeos buscou:

Categoria 1- Preservação e contato com o meio ambiente e natureza;

Categoria 2- Percursos e conhecimentos históricos dos esportes de aventura (mais citados foram o skate e o surfe);

Categoria 3- Preocupações com evolução dos esportes radicais;

Categoria 4- Inclusão feminina nos esportes de aventura;

Categoria 5- Entendimento de contextos sociais distintos, seja nos países visitados pelos protagonistas ou em séries nacionais;

Categoria 6- Manutenção de qualidade de vida e saúde, para os praticantes de esportes de aventura;

Categoria 7- Propostas de desafios e superações, reconexão consigo, entender o seu lugar no mundo, mudança de vida;

Categoria 8- Surgimento e revelação de atletas de esporte de aventura, como na série “*Brazilian Storm*” (tempestade brasileira de atletas de surfe);

Categoria 9- Passeios, férias, diversão, treinamento, família e viagens (geralmente patrocinadas);

Categoria 10- Patrocínio, investimento, verba;

Categoria 11- Trabalho com fotografia e filmagem no mar, nas pistas de skate, onde as vezes, os próprios surfistas e skatistas filmados são fãs dos profissionais *videomakers* (criadores de vídeo) e fotógrafos;

Categoria 12- Saudosismo, dos anos 70 no surfe, do surgimento do skate e primeiras manobras, e de épocas vivenciando os esportes de aventura;

Categoria 13- Pistas e espaços próprios para práticas de esportes radicais;

Categoria 14- Adrenalina, riscos, aventura, loucura;

Categoria 15- Presença marcante da música em todos os programas (geralmente associadas ao tema desenvolvido).

Estas categorias que emergiram dos resultados de nossas anotações, serão trabalhadas e desenvolvidas mais a frente nos conteúdos enaltecidos pelo Canal *Off*.

3.5 Continuando as análises e iniciando as discussões

Altheide e Schneider (2013) narram que mesmo os conteúdos sendo acessados de computadores ou smartphones, o que é uma vantagem devido aos avanços tecnológicos, o truque está em saber explorar os documentos ou conteúdo para responder o objetivo de pesquisa, a fim de alcançar uma sistematização que traga informações relevantes para o campo pesquisado. Desta forma, discorreremos a partir deste ponto análises e discussões pautadas mais diretamente em nossos objetivos.

Com base em Betrán e Betrán (2016) organizamos as aparições dos esportes de aventura em: na água em 38,7% da programação, na terra 39,5%, e aéreo 5,0% da programação semanal totalizando 83,2% de esportes de aventura. Completando a grade semanal, 10,1% se relacionavam a fotografia e filmagem (onde em sua grande maioria relacionava-se ao mar/surfe, 10 episódios) e poucos a (terra/skate, 2 episódios), 5,9% ligados a prática de yoga, e 0,8% misto que foi sobre Ironman (não se relacionando diretamente aos esportes de aventura e sim sobre a recuperação de acidente sofrido por um atleta).

Não desmerecendo, mas encarando de forma crítica os elementos visuais e as narrativas que extraímos em análise, emergiram alguns conteúdos como reflexo de uma sociedade historicamente construída, fruto de condutas e comportamentos nos quais vivemos imersos em nossas relações cotidianas ao longo dos anos. Dentre a programação selecionada do canal para este estudo, temos uma imensa possibilidade de narrativas e conteúdo. Entretanto, alguns foram mais trabalhados pelo canal: o social, o familiar, o meio ambiente, a natureza, o cuidar do outro, o cuidar um do outro, a história, a superação, o desligar-se de tudo para se reencontrar, reconectar-se, a busca de uma realização, a realização de um sonho.

Refletindo o discurso da sociedade, as mídias buscam uma aproximação, com as mazelas sociais descritas por Neto (2006). Com eco social a programação vai ao ar em busca dos telespectadores que buscam este contato. Por ser um canal de TV por assinatura se engajaria supostamente nas camadas de maior poder aquisitivo, mas, a programação busca diálogo também com o público de menor poder aquisitivo, como podemos observar na figura 8 abaixo:

Figura 8 – Cena da série Skate no Quintal



Fonte: Canal *Off*.

A pequena rampa acima é a Junkie Riders, São Paulo-SP, onde o tatuador e skatista Mauricio, o “Cinho”, aparece em cena nas primeiras imagens lavando e limpando o espaço da rampa para a sessão que será gravada. A pequena rampa fica em uma varanda/garagem e é totalmente improvisada como podemos observar na figura 8. Os skatistas atravessam a rua em meio a passagem de carros, ônibus e pedestres para se aventurar na rampa.

Contrastando com a figura 8 acima e podendo expor contextos sociais e econômicos diferentes, a rampa abaixo (figura 9) mostra outra realidade contada na série “Skate no quintal”:

Figura 9 – Cena da série Skate no Quintal



Fonte: Canal *Off*.

A figura 9 acima mostra a pista “Bowlcats”, Arujá – SP, onde os skatistas chegam para andar em um carro antigo na casa de Mayconl (dono da pista), que diz que fez essa pista de skate para andar em casa, no conforto do lar.

Estratificando as questões sociais sem demérito algum aos protagonistas e editores da série, compreendemos tratar-se da busca de diálogo com as várias camadas sociais que a mídia realiza, identificando o público e indo até ele. Podemos falar neste ponto de Habermas (1989), onde vai estabelecer uma relação de vínculos com a democracia, que estaria se constituindo em forma de comunicação livre e racional, sendo que, por meio dessas interações sociais as pessoas renovam seu pertencimento aos grupos sociais.

Habermas (1989) chama a atenção para a observância da universalidade, onde explica segundo a concepção de Lawrence Kohlberg, três pontos de vista: cognitivismo, universalismo e formalismo. Onde no cognitivismo “os juízos morais têm um conteúdo cognitivo; eles não se limitam a dar expressão às atitudes afetivas, preferências ou decisões contingentes de cada falante ou ator” (HABERMAS, 1989, p. 147). No Universalismo a condição resulta de quem quer que participe, podendo chegar aos mesmos juízos sobre a aceitabilidade da ação. E no formalismo destaca-se “a esfera da validade deontológica das normas da ação, a ética do discurso demarca o domínio dos conteúdos de valor culturais” (HABERMAS, 1989, p. 148).

Não se esgota um debate árduo sobre pretensões da mídia e sociedade, enquanto universalidade, podem existir orientações conteudistas que justificam produções e normas de condutas, mas, a decisão racional face a universalização do discurso poderia variar, sob pontos de vista distintos. Sob a ética do discurso “toda norma válida encontraria o assentimento de todos os concernidos, se eles pudessem participar de um discurso prático” (MEAD, G. H. apud HABERMAS, 1989, p. 148). Buscando incluir todos a estrutura midiática poderia estar trabalhando com a reciprocidade do reconhecimento igual das pretensões de cada participante por todos os demais, sejam eles telespectadores, atores ou sujeitos não participantes.

As construções e formatos atuais sob demanda acabam favorecendo a busca de telespectadores mais específicos, que acabam se direcionando à programação que mais interessa ao seu gosto. A possibilidade de “maratonar” (onde o telespectador assiste todos os episódios daquela série desejada, seja ela skate, surfe, montanhismo ou escalada), acaba por preencher um tempo livre, como afirma Neto (2006).

As cenas reais de episódios gravados muitas vezes pelos protagonistas orientam a atenção dos telespectadores, que se sentem parte daquele movimento, interagindo pelas redes sociais com os protagonistas e assim corroborando uma lógica capitalista, pensada pela mídia (Hernandes, 2017). Este fato de contato com telespectador pôde ser constatado na série “Morando na estrada”, nela, os protagonistas Nelson Pinto e Marcela Witt, interagem pelas redes sociais durante o episódio, narrando que uma fã colocou o nome do seu cachorro em homenagem ao Nelson. Ao finalizar o episódio pedem aos telespectadores que assinem o canal deles e curta os vídeos. Prática comum atualmente com as redes sociais.

Pensando na educação física que tem os esportes como conteúdo da educação física escolar é importante refletir como vem caminhando com os esportes de aventura nas últimas décadas, uma vez que este chegou à BNCC. Sendo contexto de cultura da mídia trabalhá-lo em sua programação com função específica para Santaella (2002a), podendo-se caracterizar pela interatividade de várias mídias, que vem sofrendo modificações aceleradas pelo processo de evolução tecnológica. Sobre essa modificação acelerada associamos o pensamento de Bauman (2007) sobre o conceito de modernidade líquida, que é a fluidez de nossa época.

Na contemporaneidade essa modernidade narrada por Bauman vem sendo construída sobre pilares frágeis de segurança atrelado ao consumo, tornando a vida líquida e volátil. A mídia que deseja passar a informação, vender seu produto, tem um mundo de consumidores, onde segmentam seus produtos (programações) de forma a atrair mais e mais seguidores de suas invenções midiáticas, pautadas na evolução tecnológica e melhor comunicabilidade com

seus clientes. Quase tudo que chega a nossa mente vem através da mídia, hoje em dia tudo está na mídia seja ela falada, escrita ou televisiva.

3.6 Discussão compreendendo as narrativas de Betti (1997)

Observando as narrativas que emergiram durante a análise dos vídeos da programação, entendemos que trouxeram algumas semelhanças e diferenças de narrativas sobre os esportes de aventura se compararmos aos estudos de Betti (1997, 1999). Guardadas as devidas proporções, pois o estudo de Betti (1997), se direcionou a estudar os esportes em uma variedade de gêneros televisivos. Posteriormente iremos apresentar estas semelhanças e diferenças, entretanto, para melhor compreensão é importante explicitarmos as categorias de discurso da mídia expostas por Betti (1997) e os conteúdos enaltecidos pelo Canal *Off*.

Categorias de discursos da mídia apresentadas por Betti:

- 1) A “falação”, que era apresentada pela mídia cumprindo algumas funções básicas de informar e atualizar. Em que contavam histórias, criavam expectativas, faziam previsões, explicavam e justificavam, faziam promessas, criavam polêmicas e construía rivalidades, comentavam e elegiavam ídolos, falando sobre tudo, introduzindo a linguagem tecnológica e científica, cumprindo papéis jornalísticos com e sem a participação do telespectador (BETTI, 1997);
- 2) O “cotidiano”, onde o esporte permeava desenhos animados, quadros humorísticos, novelas, seriados, filmes, telejornais, e apareciam no cenário político, econômico e policial, ou seja, fazia parte de nosso cotidiano televisivo (BETTI, 1997);
- 3) No “ao vivo” tudo era importante, desde as entrevistas preliminares, criando-se clima de expectativa até os comentários estatísticos posteriores, com transmissões em tempo real atraía-se os telespectadores (BETTI, 1997);
- 4) Na categoria “nostalgia” o passado servia para atualizar e contextualizar o telespectador sobre o evento, e indo além, as gerações mais velhas poderiam se recordar de velhos lances esportivos e de suas próprias vidas, com expressões como “velhos e bons tempos” (BETTI, 1997);
- 5) Na categoria “adrenalina” os esportes radicais ditavam o tom, buscava-se o contato com a natureza, o correr riscos, a aventura, uma quebra de rotina com esportes ao ar livre permeada de emoção que era transmitida ao telespectador (BETTI, 1997);

- 6) O “esporte global”, a multiculturalidade do esporte ficou explícita, a abundância de línguas, raças e nacionalidades atravessavam os oceanos, cruzavam os continentes, não existiam fronteiras, se falava de esporte para o telespectador como um show de imagens, um exemplo seria a NBA (liga profissional Norte Americana de Basquetebol), (BETTI, 1997);
- 7) O “anúncio publicitário” como categoria deixava claro que o esporte era utilizado de várias formas para se vender um produto, seja associando a duração de uma pilha a atletas de alto rendimento, ou cereais que te deixavam como seu ídolo, forte e imbatível. Em frações de segundos, em intervalos, em um lance errado no futebol ou em uma cesta no basquete, se vendia de tudo, de tv a automóvel, de tênis a remédios; o esporte não só se vendia como conteúdo ao telespectador, mas também vendia qualquer produto (BETTI, 1997);
- 8) “Veja de novo” era uma categoria atrelada ao *replay*, nesta Betti (1997) dava o exemplo da câmera lenta que tirava dúvidas do impedimento no futebol, ou, que mostrava detalhes de uma enterrada no basquete, reapresentação de imagens durante o dia em telejornais, e acenava com possibilidade de rever partidas inteiras de futebol, onde acrescentamos ser um fato que ocorre nos dias de hoje, (BETTI, 1997);
- 9) A categoria “espetacular” encerrava a análise que o autor fez sobre o esporte na mídia em 1997, onde ele narrava fatos da época como a morte do piloto de Fórmula-1 Ayrton Senna. Transformado pela mídia em herói, Senna teve sua morte transmitida ao vivo, sendo um espetáculo midiático a época, em meio a comoção nacional. Além dos shows de câmeras e microcâmeras que transmitiam toda a sensação dos esportistas, sendo um espetáculo à parte, principalmente se estas câmeras estivessem presas aos capacetes de esquiadores, pilotos, ou no zoom e closes que mostravam detalhes técnicos de acrobacias de ginásticas ou uma manobra do surfe (BETTI, 1997).

O discurso televisivo sobre o esporte na perspectiva de Betti (1997), estabelecia um parâmetro importante para a educação física brasileira e mídia. Mostrou-se criticamente a visão da mídia sobre o esporte, elencando-se ideologias, políticas e culturas de pertencimento ao mundo esportivo, que de certa forma beirava a religiosidade, no sentido de se cultuar o esporte.

3.7 Conteúdos enaltecidos pelo Canal *Off*

No esforço de compreensão de conteúdos e narrativas do Canal *Off*, expostos na metodologia e protocolo de análise, criamos algumas categorias que emergiram deste esforço. Dando continuidade e aprofundamento na discussão dos conteúdos que são enaltecidos pelo Canal *Off*, o quadro abaixo elenca as categorias de nossa análise paralelamente as direções de discursos de televisão analisados por Betti (1997).

Quadro 6 – Categorias do Canal Off e discursos de Betti (1997)

Categorias que emergiram da análise do Canal <i>Off</i>	Direções do discurso segundo Betti (1997)
1-Preservação e contato com a natureza;	1-Falação
2-História dos esportes de aventura;	2-Cotidiano
3-Evolução dos esportes de aventura;	3-Ao vivo
4-Inclusão feminina nos esportes de aventura;	4-Nostalgia
5-Contextos sociais globais;	5-Adrenalina
6-Manutenção de qualidade de vida e saúde;	6-Esporte global
7-Desafio, superação e reconexão;	7-Anúncio publicitário
8-Surgimento e revelação de atletas;	8-Veja de novo
9-Diversão e treinamento;	9-Espetacular
10-Patrocinio;	
11-foto e filmagem;	
12 Saudosismo;	
13-Pistas e espaços particulares;	
14-Adrenalina, riscos, aventura, loucura;	
15-Sonorização, musicalidade;	

Fonte: O autor, 2021.

3.8 Discussão das categorias identificadas durante os discursos enaltecidos segundo nossa análise do Canal *Off*

3.8.1 Preservação e contato com a natureza

As definições de meio ambiente e natureza são diferentes, embora o próprio Canal *Off* tenha como lema ser um explorador da natureza, nos vídeos que assistimos aparecem algumas falas narrando que seria a mesma coisa. O dicionário Aurélio traz que o meio ambiente se refere a um conjunto de condições naturais que cercam um ser vivo, enquanto a natureza seria o universo e todos os seres que nele vivem. Embora de forma errônea iremos seguir o que aparece nos vídeos entendendo que existem diferenças entre eles.

Seja esquiando na neve, surfando no Havaí ou no Brasil, viajando pelo mundo ou em uma série de skate, a natureza sempre estará presente, seja como pano de fundo ou de certa forma, sendo utilizada direta ou indiretamente nos programas. Ela aparece na chamada de um programa, como: “No App Canal *Off*, todo dia tem boas histórias de viagens, natureza e esportes de aventura”; Ou, na fala de um protagonista na série “Nalu de Férias” onde narra que estar “em contato com a natureza é maravilhoso”. Ou, em outra série onde o surfe é realizado em piscina de ondas, onde o meio ambiente foi modificado.

Também é narrado na série “Skate no Quintal” o contato com a natureza: “essa água que vem daqui é de cachoeira, de nascente, então a gente tá puro aqui cara, tudo vem da natureza, o ar que a gente respira, tem um lago, mas a fonte da juventude mesmo tá lá oh, a pista”. Já na série “Apneia” aparece o tom da preservação da natureza, pois na visão de uma das protagonistas é narrado que: “me interessa muito na conexão com o meio ambiente, quero cuidar e preservar. Eu considero que a apneia é a forma mais pura de estar no mar.”

Os enfoques dados a natureza e ao meio ambiente podem ser encarados de formas distintas, onde em nossa análise encontramos: 1) a busca pelo contato com a natureza; 2) a natureza como pano de fundo; 3) os cuidados com a preservação e manutenção da natureza; 4) a paisagem (meio ambiente) modificado para prática de esportes de aventura.

A busca pelo contato com a natureza é descrita como um espaço para reconexão consigo próprio, mesmo montando uma tirolesa de 120 metros de distância sobre um despenhadeiro de mais de 600 metros de altura para se brincar de surfar no ar e saltar de paraquedas, o contato com a natureza é descrito por uma das participantes do documentário “*Surf the line*” da seguinte

forma: “uma das coisas boas desta atividade é estar levando uma vida simples, em contato com a natureza, uma vida boêmia, longe do consumismo. O que parece loucura para quem olha, pode ser a busca de uma realização, busca de paz interior, um autoconhecimento”.

O imaginário descrito por Costa (2000) diz que essa aproximação com a natureza traz o surgimento de um romantismo, se buscando uma reconciliação e equilíbrio entre as forças materiais e mentais, com estabelecimento de um movimento místico em relação a natureza. O boêmio, em Bruhns (2009) apresenta a privação na busca de prazer e renuncia ao luxo, pois isso implicaria na mudança de seu estilo de vida, entretanto, existe um contraste com equipamentos altamente tecnológicos e de última geração para realização das atividades.

Nos levando a pensar na natureza como pano de fundo, em que na série “Pelas lentes de Clark Little” o fotógrafo diz gostar de compartilhar e postar o seu mundo no Facebook e Instagram, esse mundo são as “*shorebreaks*” (mini ondas fortes) como na imagem abaixo (figura 10):

Figura 10 – Cena do Canal *Off*



Fonte: Canal *Off*.

Nesta imagem da figura 10 podemos observar algumas situações que irão direcionar olhar do telespectador, onde Hernandez (2017) apresenta alguns elementos como: o enquadramento, deixando o surfista suspenso no ar dentro da onda e de um quadro; o ângulo de filmagem e fotografia, neste caso uma câmera baixa, que focalizou o surfista de baixo para

cima, dando uma impressão de inferioridade para quem está olhando a imagem; o movimento da câmera, que se moveu em busca da imagem dando um efeito de pouca manipulação, de tensão; o efeito óptico, que trabalha com o zoom e efeito de profundidade do campo visual; o plano da câmera que coloca uma proximidade do telespectador com a ação.

Embora a série retrate a vida do fotógrafo de mini ondas dando detalhes do seu trabalho e seu dia a dia, de uma forma ampla a natureza acaba passando como pano de fundo, como nas narrativas acima. O mar, a onda, a mata, a areia da praia, o céu com suas nuvens, são apenas os elementos da natureza que compõe o cenário, sem contar com os truques de edição que são trabalhados no laboratório de Clark. Ele chega a dizer que pode encher um cartão com fotos e vídeos e ficar 24 horas editando, mas depois de duas horas de trabalho já pode começar a postar.

A série pode acabar reforçando a utilização da natureza para se tirar fotos e postar nas redes sociais, em que o indivíduo procura estar no local não pelo contato com a natureza ou cuidado e preservação do meio ambiente. O que poderia estar indo contra a visão de Brunhs (2009) onde natureza é buscada para se ter emoções, ressignificações implicando num sentimento de pertencimento.

Rose (2011) vai apontar que no cenário contemporâneo estas imagens podem estar atreladas ao “*Self* empreendedor” (indivíduo empreendedor), o empreendedorismo está ligado a autodireção das pessoas, sendo incitadas na contemporaneidade a viverem como se fossem projetos. Elas devem trabalhar seu mundo emocional, arrumações conjugais, domésticas, relações profissionais e técnicas de prazer. Desenvolvendo assim um estilo de vida que maximize o valor da sua existência, e a natureza por sua vez fica em segundo plano, num segundo enquadramento. Poderíamos atrelar aqui outras séries e programas presentes no Canal *Off* que utilizam a natureza como pano de fundo, mas como dissemos antes o próprio canal já divulga essa relação de “exploradores” da natureza.

Os cuidados com a preservação e manutenção da natureza aparecem em algumas séries, como “Parede da fortaleza” e “apneia”; nesta última com discurso muito forte ligado à preservação do meio ambiente, desde se realizar o mergulho da forma mais pura possível, até a promoção na consciência ecológica nos habitantes da cidade de Yucatán, no México. É narrado a importância de não se jogar óleo nas pias, não utilizar muito detergente, protetores solares e pilhas, a fim de que se preserve para as próximas gerações as belas paisagens dos cenotes mexicanos, pois ele consiste em um ecossistema muito frágil.

O discurso da mergulhadora acima nos faz pensar na Agenda 2030 das Organizações das Nações Unidas (ONU), que é um convite aos 193 países membros para erradicação da pobreza que é o maior desafio global e indispensável para o desenvolvimento sustentável.

Dentre as metas traçadas para se alcançar os objetivos existe uma com relação direta com a natureza que é garantir a sustentabilidade ambiental (PLATAFORMA AGENDA 2030, 2021).

Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável traçados pela ONU são integrados e apresentam dimensões econômicas, sociais e ambientais a serem cumpridas por governos, sociedade civil, setor privado e cidadãos de forma coletiva. Sempre se pensando no planeta e nas pessoas que nele habitam, para que possam conviver de forma harmônica (PLATAFORMA AGENDA 2030, 2021).

Recorremos a Habermas (1988), Neto (2006) e Altheide e Schneider (2013) que vão afirmar que a mídia sabedora das causas sociais, se apropriam desses discursos e utilizam para ir de encontro a sensibilização do telespectador, de certa forma envolvendo-se no debate e corroborando os objetivos da ONU. Num jogo que envolve tentação, intimidação, sedução e provocação como afirma Hernandez (2017), a mídia recorre a uma base social de contrato importante para profissionalmente transitar entre a sociedade, a fim obter e manter o telespectador ligado a tela.

A experiência do mundo contemporâneo natural com imagens paradisíacas transmitidas pelo Canal *Off* e seus deslumbramentos incorrem em risco de possibilidades de lazer e consumo, atribuindo assim um papel de ecoturismo comercial por utilização da natureza como agenciadora de sua própria utilização, contrastando com o cuidado e preservação. Como afirma Bruhns (2009), implica na probabilidade de mercantilização.

A paisagem (meio ambiente) modificado para prática de esportes de aventura é um outro ponto que nos chamou a atenção durante a análise da programação, algumas pistas de skate por exemplo foram construídas em harmonia com a natureza, entretanto este meio ambiente foi modificado para essa construção, esse é um debate nos esportes de aventura de uma forma ampla, que implica no mínimo impacto ao meio ambiente (BRUHNS, 2009).

No montanhismo por exemplo Neto (2008) aponta algumas ideias: planejar a atividade; você é responsável por sua segurança; cuidar dos locais onde passar, trilhas e locais de acampamento; trazer seu lixo de volta; deixar cada coisa em seu lugar, sem arrancar pedras, flores, etc; não fazer fogueiras; respeitar as plantas e os animais; ser cortês com outros visitantes e população local.

Embora muitas vezes sejam imprescindíveis as construções, são necessárias reflexões mais críticas e profundas sobre a utilização dos espaços naturais, contrastando com a preservação. O cuidado não deve ficar somente no discurso, mas aparecer em ações. Em uma outra ação narrada na série protagonizada por Clark Little, com conexão ao ambiente natural modificado, é narrado a questão da caça aos tubarões, ou das tartarugas, que já não aparecem

mais com tanta frequência, nos levando a pensar mais uma vez na Agenda 2030 da ONU, pois dependemos dos ambientes naturais preservados para nossa subsistência (PLATAFORMA AGENDA 2030, 2021).

3.8.2 História dos esportes de aventura

Nesse discurso identificamos a história como no dicionário Aurelio, onde é o conjunto de fatos notáveis, registrados em tradições, documentos, relíquias, etc. Algumas séries contam com riqueza de detalhes os fatos históricos, principalmente as séries de skate e surfe, no entanto, também aparece no montanhismo, escalada, no Yoga e algumas viagens. Boas histórias podem ajudar a prender a atenção do telespectador alerta Hernandez (2017), entretanto, o devido valor será dado na relação narrador e ouvinte.

As riquezas de detalhes de surgimento do surfe no Rio de Janeiro, Brasil foram contadas na série “70 e Tal”, passando-se do surfe no madeirite para as primeiras pranchas. Onde os protagonistas brincam falando sobre os detalhes das pranchas sendo fabricadas por eles próprios, com resina de vidro e epóxi, uma com pedaços de jornal e areia que vinha com o vento, sendo feita na areia da praia e outra sendo feita na mesa da sala de casa e polida com escova de dente.

É contada a história que veio ao Rio de Janeiro, Peter Troy, um Australiano que foi surfar no Peru, e depois foi visitar a Amazônia, e veio descendo até o Rio de Janeiro indo parar no Arpoador, que era a praia dos surfistas. Arduino (um dos protagonistas) emprestou sua prancha para ele e ficou todo mundo de boca aberta, “ele andava sobre a prancha, ele ia para frente e para trás, ficava no bico, fazia manobras para direita ou para esquerda, parecia que tinha horas que a prancha sumia abaixo dos seus pés, e obviamente ficou todo mundo encantado com aquilo”.

No skate é narrado na série “Manual do skate com Christian Hosoi”, que o skate começou a ser realizado quando o mar estava sem ondas, era chamado de surfe de calçada, surfe dos pobres, que não tinham dinheiro para comprar uma prancha. Existiu um ponto que se tentava fazer as manobras do mar nas calçadas, e depois teve um movimento inverso gerando grandes surfistas como John John Florence. Em outro episódio é narrado como Hosoi (um ídolo do skate) começou a andar de skate depois de ter vindo do Havaí com seu pai.

Na história contada pela mídia como diz Hernandes (2017), há necessidade de se satisfazer públicos distintos, orientando as direções de discursos, atribuídos a determinados grupos ou tribos como forma de diálogo direto com eles. Essas histórias contadas no Canal *Off* perpassam a natureza como pano de fundo, fala-se de competições, campeonatos, com imagens editadas que pontuam os melhores momentos. A história geralmente é construída com os discursos dos personagens associando-se imagens da época, onde na simbologia o canal até simulou em situação real os surfistas em pranchas antigas, monoquilhas.

3.8.3 Evolução dos esportes de aventura

Diferente da história a evolução dos esportes de aventura é narrada como um aprendizado, associada a evolução tecnológica que interferiu diretamente na fabricação de materiais mais resistentes, aerodinâmicos e leves. Independente da modalidade de esportes de aventura, mesmo com alguns equipamentos com custo elevado o acesso foi facilitado a determinadas práticas, e com isso a mídia também teve seu papel como divulgadora da aventura. Um outro fato narrado é a discriminação que existia com quem praticava estas atividades, chegando muitas vezes a serem perseguidos pela polícia, ou proibidos por vizinhos e parentes.

Essa evolução também está atrelada a um caráter de ousadia, como narrado na série “Guia de Manobras”, que detalha a evolução do surfe, inclusive a evolução da prancha sendo mais leves e com quilhas. Falando de Malibu (EUA) narram que foi o local onde surgiu o início de manobras mais radicais. Marcelo Trekinho fala que o primeiro surfista que ele viu realizar uma manobra aérea foi Christian Fletcher no início dos anos 1990. Nesta hora aparecem imagens, cenas do filme “Wave Warriors IV (1989), distribuição: Fletcher Films”, com imagens de aéreos, e que podem ser chamados de início dos aéreos.

Muitos surfistas ficavam horas tentando realizar as manobras assistidas no vídeo. Surfistas cariocas e paulistas que desenvolveram estas manobras, deram visibilidade a elas, hoje em dia os aéreos são normais, os competidores precisam desta manobra, chegando a ser básico para a modernidade. Em seguida Yago Dora, considerado um jovem surfista profissional conta como evoluiu nos aéreos, parecendo que deixa o aéreo fácil, manobras muito difíceis parecem fáceis para ele.

É relatado que o filme acima foi a inspiração para se começar a realizar manobras aéreas no Brasil. O que deixa claro o poder de influência da mídia no esporte, no caso aqui descrito

contribuindo para evolução do surfe até mesmo de forma profissional. Fazendo alusão ao jornalismo descrito por Hernandez (2017) o ouvinte recebe as informações em tempo curto e caso deseje seguir com o conhecimento da evolução dos esportes ele pode ouvir outros episódios da série. Altheide e Schneider (2013) alertam que a abordagem criativa de uma série de reportagens é crucial para documentar o que mudou ao longo do tempo, onde emergem temas relativos ao processo de evolução do esporte de aventura.

Seguindo a interpretação de Altheide e Schneider (2013), um tema que emergiu atrelado a evolução do esporte de aventura foi a discriminação que o esporte e seus praticantes sofriam, e que de certa forma ainda ocorre, mas bem atenuada pelo processo de evolução que envolveu a massificação da prática destes esportes. Nos vídeos assistidos aparecem narrativas de surfistas brasileiros que não pegavam ondas boas e eram discriminados no cenário internacional, a proibição da prática de surfe na praia do Arpoador, repreendida pela polícia. No cenário do skate também foram narradas proibições da prática em alguns países, e no Brasil o prefeito de São Paulo na década de 70 Jânio Quadros também chegou a proibir.

Entendemos como evolução, conscientização e influências, pois como sinaliza Pereira e Armbrust (2010) os esportes de aventura são atividades novas na cultura esportiva, pois somente a partir da década de 1990 eles começaram a se difundir e ganharem novos adeptos, sobretudo com ajuda da mídia. Desta forma, entendemos como grande influenciadora, a mídia, favorecendo a divulgação e massificação das práticas de esportes de aventura, um exemplo disso é o skate que chegou às escolas pela BNCC. De reprimido na década de 1970 a ser ensinado pedagogicamente nas escolas, a Confederação Brasileira de Skate (CBSK, 2021) descreve em seu site que entre os homens é o segundo esporte mais praticado no Brasil, atrás apenas do futebol. Essa evolução é narrada nos vídeos do Canal *Off*.

3.8.4 Inclusão feminina nos esportes de aventura

Desde as narrativas da evolução no item anterior, onde não aparecem muitas mulheres no cenário dos esportes de aventura nas décadas de 1970, 1980, 1990 até um cenário atual, onde algumas mulheres já se destacam nesse contexto, alguns vídeos analisados trazem a preocupação de inserção feminina nas modalidades de esportes de aventura. Algumas séries especificamente como a “#respeitasmima” já deixam claro no título da série esse caráter. Onde se pensarmos a nível de esporte é necessário a participação feminina para que possa ser incluído

por exemplo no cenário olímpico. Por outro lado, a mulher vem cada vez mais conquistando seu espaço na sociedade e no esporte, como aponta Devidé, 2008.

Com toda a preocupação em as mulheres terem um corpo dócil e pronto para maternidade por muitos anos se julgou que o esporte iria contra essa natureza, afastando injustamente as mulheres da prática esportiva. Essa luta perpassa a história de uma forma generalista ao longo de séculos, a afastando de várias atividades na sociedade de uma forma ampla. Durante o século XX essa história começa a mudar chegando no Século XXI em grande ebulição, que ocasionaram uma nova imagem da mulher no mundo moderno (DEVIDÉ, 2008).

O Canal *Off* direciona parte de sua programação nesta causa, pelas narrativas no vídeo observamos declarações em busca de defender um espaço, na série “#respeitaasmína”, tem luta contra o preconceito das skatistas mulheres que praticam o esporte, música que marca a presença feminina, e a mídia como aliada nesse processo de inclusão feminina. Uma skatista narra que “uma menina vendo outra na mídia acaba querendo praticar também, o que ajudou no crescimento das minas no skate”.

Hernandes (2017) alerta para a verdade como um efeito do discurso, pois o senso comum vê a realidade como definitiva, desta forma pensa-se na existência de uma única verdade, mas a complexidade deste pensamento narrado pela praticante pode ser interpretada de formas diferentes por ouvintes/telespectadores diferentes, sejam por motivos religiosos, sociais ou cognitivos. Entender e aceitar essa complexidade é muito difícil, um total exercício de imparcialidade.

Analisar esta sessão é bem complexo, mas entendemos que a mídia possui sim um papel fomentador de autoafirmação feminina nos esportes, sobretudo no cenário competitivo que é o que mais aparece na mídia. Dentro deste contexto, um skatista homem fala que “as mulheres são melhores que os homens, tentam mais manobras que os homens, conseguem realizar mais coisas ao mesmo tempo, sem falar que o nível aumentou”.

As mulheres marcam presença também nas viagens internacionais para gravação de séries como a “Europa por elas”, em que elas vão do norte de Portugal para a França dentro de uma Van parando em alguns locais para realizarem suas aventuras, surfar. “Tatiana Weston-Webb” é uma outra série onde a surfista profissional brasileira nascida no Rio Grande do Sul, viaja mostrando sua rotina de treinos e diversão. Na série “Skate no quintal” algumas pistas mostradas têm como protagonista as mulheres. Não só por marcar seu espaço, mas pela competência profissional no esporte observada nos vídeos, a mulher faz presente na programação.

3.8.5 Contextos sociais globais

Perpassando o cenário multicultural, internacional, globalizado, e social os esportes de aventura apresentados no Canal *Off* e sua programação analisada neste trabalho, apresentaram a mídia buscando dialogar em vários locais do planeta. Da África a Asia, na Europa, na América do Sul, América do Norte, nas temperaturas extremas da Groelândia, enfim, sem falar nos desafios enfrentados, mas nos contextos sociais destacamos a variedade de línguas, raças e nacionalidades presentes nas imagens que cruzaram o planeta.

Em visita a Etiópia a viajante, professora de Yoga, Milla, apresenta o modo de viver de tribos locais, seu jeito de vestir, suas comidas, seus costumes, suas danças, sua forma de trabalho e lazer, sempre com a ajuda de guias locais. A série “Apneia” também mostra os verdadeiros Beduínos que vivem no Egito, (população local, as famílias vivem da pesca e do pouco Turismo que existe por lá) neste local dorme-se com o pôr do sol e acorda-se com o nascer do sol.

“As fronteiras do Nilo” série onde Karina apresenta o episódio a cidade de Lalibela, aparecem cenas dela visitando vilarejos afastados e ajudando financeiramente com compra de materiais escolares, e conhecendo igrejas construídas nas rochas, esculpidas em rocha. Já na série “Skate no Quintal”, aqui no Brasil, aparecem rampas mais simples contrastando com rampas mais elaboradas, como mostramos anteriormente, onde para a mídia segundo Hernandez (2017), tudo é notícia, a necessidade de satisfazer públicos distintos a faz trabalhar com situações díspares, estabelecendo relações sociais amplas.

Contrastes em episódios diferentes dentro de uma mesma série, ou na programação surgiram em todo nosso percurso de análise, não fazendo julgamento do que é certo ou errado, mas entendo que a mídia busca dialogar com vários sujeitos, é importante salientar que pode passar despercebida situações mais complexas onde Hernandez (2017, p. 253) explica que:

A convivência faz com que os assuntos densos (políticos, econômicos, que dizem respeito a questões de ordem coletiva) percam sua força, as notícias mais leves (de diversão, entretenimento, que falam ao lado mais individualista, privado do internauta) adquiram respeitabilidade.

Sendo assim é preciso estar atento aos conteúdos que se apresentam na programação, o sujeito político e o sujeito lúdico recebem a mesma informação e eles farão suas escolhas e irão de encontro as notícias que mais lhe deem prazer. Sejam nas histórias que perpassam viagens

continentais ou mostrar uma pista de skate construída em casa, a notícia é quente, ela atrai, o sujeito telespectador é que irá digerir as informações.

3.8.6 Manutenção de qualidade de vida e saúde

O esporte de aventura como já vimos passou a ter seu crescimento midiático a partir da década de 1990, se passando três décadas aproximadamente até o momento. Nos vídeos que assistimos alguns ex-atletas profissionais e pessoas mais velhas continuam a andar de skate, surfar, e realizar suas aventuras. Coisa que era incomum de acontecer no início da década de 1990, sendo assim, as narrativas em alguns programas permearam as situações de utilização dos esportes de aventura para manutenção da saúde e qualidade de vida.

Mas, não somente pessoas mais velhas, com frequência o discurso de saúde foi narrado ao longo da programação, entendemos a veiculação desta ação como um padrão midiático de discurso, pois, a mídia noticia que as pessoas praticantes de esportes têm saúde. Neste terreno é importante salientar o que dizem Santos e Simões (2012), que para gozar de boa saúde existem um conjunto de fatores que irão desencadear uma melhor qualidade de vida, aspectos biológicos, culturais, sociais e do ambiente favorecem esse processo.

Algumas narrativas que nos levaram a trazer essa questão surgiram no skate, com a construção de pista em casa, na continuidade de skatistas e surfistas que 40, 50, 60 anos ou mais ainda praticam as atividades. Em outra série, “Jornada dupla”, onde é narrada a vida de um publicitário que possui uma rotina de treinamento de prática de esporte de aventura (ciclismo e surfe), para manutenção de saúde, deixa-se de levar pelo discurso de empresário. No entanto a rotina estabelecida por ele não cabe a todos, é preciso estar atento para captar a mensagem transmitida.

A rotina quem nem todos podem se dar ao luxo segundo o próprio empresário, que possui um treinador exclusivo, envolve 2 treinos de bicicleta durante a semana na cidade de São Paulo e um final de semana em estrada, onde aparece as imagens de Aldeia da Serra (São Paulo), em um treino pesado de subida. Em seguida aparece imagens de Nova York (EUA), onde ele treinou um ano inteiro para a prova grande Fundo Nova York, 160 km de pedal, uma prova puxada realizada em 7 horas com trechos fortes de subidas e descidas todo o tempo. No primeiro semestre ele se prepara para uma prova de ciclismo e no segundo semestre ele vai para o Havaí para surfar, onde começa nova rotina de preparação.

Essas rotinas passadas aos telespectadores podem soar como um convite a prática de esportes de aventura para manutenção da saúde e bem-estar, mas pergunta que fica é: Quantos e quais brasileiros poderiam ter uma rotina dessa? Voltando a Santos e Simões (2012) é importante entender e organizar o conjunto de fatores que irá contribuir para a saúde, pois midiaticamente a saúde é vendida associada ao esporte, entretanto existem fatores limitantes a cada um de nós.

3.8.7 Desafio, superação e reconexão

Em uma tríade que os esportes de aventura parecem possuir, Costa (2000), Bruhns (2009), Ribeiro (2013), já traziam em suas publicações a presença dessa vertente na aventura, em que identificamos nos programas analisados, fatos sendo narrados, apresentados e expostos que evidenciam a presença deste discurso. O desafio que o esporte de aventura proporciona; A superação destes próprios desafios que as atividades impõem e que muitas vezes se apresentam como superação dos próprios limites dos praticantes; A conexão com o meio ambiente que implica uma reconexão consigo mesmo. Portanto, o desafio, a superação e a reconexão se fizeram presentes no Canal *Off*.

Na programação temos a palavra desafio já nos título de séries e documentários, como: “O grande desafio da Groelândia”; “Dias de sobrevivência - Diogo e Levi se encaminham para a etapa final da travessia, mas os desafios se tornam cada vez maiores”; “Parede da fortaleza - No documentário é apresentada a jornada de quatro renomados escaladores que vão para a cidade de Nova Venécia (ES) com o desafio de escalar a Pedra da Fortaleza”; “Riscos e desafios do shorebreak”; “Burle, me treina!: Preparação para Nazaré Challenge (desafio)”; “Beyond the challenge”. Estes títulos podem expressar como o desafio está presente nos esportes de aventura e consequentemente na programação do canal.

Os discursos e falas dos protagonistas também trazem os desafios que são enfrentados: “o desafio é maior a pedra é bem vertical”; “colocar a mão no rosto do tubarão e tocar ele para ele saber que a mão não é comida para ele, enfim é um desafio”; “foi um dos maiores desafios de sua vida”; “O desafio de cruzar a Groelândia de uma ponta a outra, em uma jornada de 600 km”. Um canal que traz esportes de aventura como conteúdo não poderia deixar de trabalhar com desafios, pois eles geram situações de risco e como alerta Costa (2000) a mídia motivada pelo espetacular adotou essa corrente esportiva.

Uma forma simples de exemplificar seria a de um escalador que deseja realizar sua escalada. A montanha está lá, apresenta suas faces, suas agarras e seus riscos, provavelmente ela será conquistada algum dia, mas o desafio é justamente a escalada, a aventura realizada pelo escalador é relatada midiaticamente como forma de conteúdo a mexer com o imaginário do telespectador.

A superação que também faz parte do desafio está ligada diretamente a aventura. A escalada na montanha significa superar os obstáculos que ela possui, e assim realizar o feito, a escalada. Recorrendo mais uma vez ao dicionário Aurélio, superação é “obter uma vitória relativamente, suplantar algo, passar mais além do que”, onde, no caso da escalada seria vencer a montanha, não no sentido de vencer a natureza, mas no sentido vencer os obstáculos que a atividade irá proporcionar.

O Canal *Off*, na série APP na TV se apresenta da seguinte forma:

Nosso canal é um ponto de encontro onde todos são bem-vindos da mesma forma. Pessoas do bem, aventureiros, atletas, simpatizantes do esporte, todos têm o seu espaço. Derrubamos as barreiras entre o mundo da TV e a realidade. Somos ponte entre o extraordinário e o simples, o superatleta e a pessoa comum. Afinal, queremos as mesmas coisas: grandes histórias, grandes ondas, grandes manobras. O épico, o incrível. Queremos chegar e passar dos limites. Queremos nos superar, mas ninguém se supera sozinho. Juntos somos mais! Juntos somos OFF!

Sendo assim, a superação aparece subentendida nos esportes de aventura, representada pela figura de um herói que realiza a ação, ficando o convite ao ser humano “comum” para que também realize suas aventuras, supere os seus limites e assim vença seus obstáculos. Sobre esta chamada do canal, associamos o que Ehrenberg (2010) diz sobre o esporte de aventura, onde em terra de empresa se busca transformar os telespectadores em apoiadores da empresa, aqui no caso, apoiadores do Canal Off.

Ehrenberg (2010) associa o esporte de aventura ao culto à performance, em que associa o gerenciamento da aventura na contemporaneidade à lógica do mercado empreendedor, pois nesta visão o sucesso do mercado empreendedor é considerado como a via real do sucesso. Os seres humanos comuns são convidados a serem os empreendedores de suas próprias vidas, “não são uma simples questão de imagem e de mídia – são também modos de ação concretos que resolvem problemas concretos” (EHRENBURG, 2010, p. 78). A associação entre o esporte de aventura e o empreendedorismo pode gerar uma nova forma de pensamento oscilando da racionalidade a um novo paradigma de eficácia, pois os desafios superados nos obstáculos da montanha escalada, podem ajudar na tomada de decisão dentro da empresa.

A reconexão provocada pela aventura poderia estar associada com a relação homem-natureza, com o imaginário. Nesta relação envolve-se o exercício físico que é realizado no meio ambiente, podendo ser um complemento clínico à saúde humana, como forma de tratamento para o estresse, ansiedade, hipertensão e outras doenças (LI, 2011), (RIBEIRO,2013). Esses males na contemporaneidade podem ser causados na maioria das vezes pelo estilo de vida, pela alimentação, pela inatividade física, pelo excesso de trabalho, entre outras consequências que a vida moderna acaba nos proporcionando.

O mergulho na natureza com a realização de esportes de aventura que no nosso estudo desenvolve uma relação com mídia, é utilizado de forma a seduzir o público para um contexto de reconexão com vida. Onde não só a aventura poderia proporcionar esse entendimento, na série APP na TV aulas de Yoga aproveitaram o momento da pandemia para buscar essa conexão, levando o telespectador a meditar, buscando “o seu lugar no mundo”, “viver com sentido”, “controlar a ansiedade”, acreditar no “poder da mudança”, “purificar a mente”, “ser criativo”.

3.8.8 Surgimento e revelação de atletas

Uma linguagem utilizada para mostrar como os esportes de aventura vem se renovando e se mantendo com ídolos para os telespectadores, foi a de revelação de novos talentos para os esportes, como na série “Brazilian Storm” e algumas séries de skate. No surfe essa trajetória é narrada por surfistas mais velhos que dizem que a profissionalização do esporte, a exposição em redes sociais, o aumento no número de praticantes elevou o nível dos atletas. Falam também que o nível do surfe brasileiro hoje tem um padrão, como já vimos anteriormente o surfista brasileiro era discriminado fora do país por não pegarem ondas boas, fato que se inverteu totalmente hoje em dia.

Já no skate essa apresentação de novos skatistas ocorre de forma ampla, como podemos notar ao longo da programação. As participações internacionais, a exposição na mídia, o aumento do número de praticantes, uma crescente construção de número de rampas públicas e privadas, a busca da inclusão feminina no skate, uma segunda geração (filhos de skatistas) e a chegada de patrocínio e profissionalização, ajudaram a alavancar e fomentou o surgimento de novos atletas de skate.

A mídia como vitrine favoreceu e alavancou o número de praticantes de esportes de aventura, entretanto Hernandez (2017) chama a atenção que a internet ao ser usada ajuda na criação de comunidades de leitores digitais, que se reúnem em torno de um tema ou conteúdo de interesse comum. Criando *hiperlinks* que irão ajudar nessa criação de comunidades, a internet desenvolve papel fundamental nos dias de hoje.

A linguagem atual requer a utilização das mídias sociais, ela serve como correio ou comunicação interpessoal, criando uma relação dialética expondo os conteúdos através de fotos, vídeos, textos e infográficos. Páginas na internet também possuem esse poder, armazenando dados onde o cidadão pode acessar, conversar, perguntar e entender sobre determinado esporte.

3.8.9 Diversão e treinamento

Em algumas chamadas de séries e falas de protagonistas do Canal *Off* foram frequentes as questões que relacionavam os esportes de aventura como diversão e treinamento. Apresentavam-se estas situações em vídeos que mostravam as casas de atletas com momentos de diversão, que também aconteciam em passeios durante viagens de treinamento. Já o treinamento era mais focado em academias e na atividade esportiva propriamente dita.

Essa rotina expressava o cotidiano dos atletas de esportes de aventura, como se passassem sua vida para os telespectadores. Santaella (2002a) alerta que do ponto de vista da mídia, existe uma avidez em capturar a vida de famosos, ricos e poderosos no intuito de servir de consumo para um público que se encontra viciado nas intimidades da vida destes atletas. Ou seja, esse conteúdo acaba sendo exposto na mídia para produzir fidelização de telespectadores que ainda pagam uma TV por assinatura para consumir o produto. Abaixo segue uma imagem (figura 11) da casa de Gabriel Medina, surfista profissional e campeão de surfe, que se diverte em casa com um amigo em jogos.

Figura 11 – Momento de diversão na casa de Gabriel Medina



Fonte: Canal *Off*.

Apesar da figura 11 acima retratar o cotidiano de um campeão, uma pessoa famosa, o Canal *Off* buscou o público de forma variada, indo também ao encontro do telespectador de menor poder aquisitivo, adentrando a realidade de uma camada maior da população brasileira. Podemos observar esse fato principalmente nas séries de skate como já retratamos anteriormente nas figuras 8 e 9.

As sessões de treinamento dos atletas aparecem nas imagens em tom bem descontraído, mesmo em academias onde os atletas estão malhando pesado o tom de descontração e alegria é passado ao telespectador. Estas formas de comunicação podem ser na visão de Hernandes (2017), estratégias de fidelização dos telespectadores, onde as matérias midiáticas precisam ser chamativas, vibrantes, agradáveis, bonitas e eficientes.

Dentro desta categoria também se encontram passeios em família e individuais, e férias. Onde o exemplo maior que reúne estas atividades são os das séries: “Nalu de férias” e “Nalu pelo mundo de bike”, em ambas a protagonista maior é Isabelle “Nalu”, de 10 anos de idade, filha de Everaldo “Pato” Teixeira (surfista profissional) e de Fabiana Nigol (cinegráfica). Eles viajam pelo mundo registrando momentos em família, onde se aventuram com a filha em caminhadas, patinação no gelo, surfe, skate, percursos longos de bicicleta em paisagens paradisíacas. Exploram-se imagens da natureza como pano de fundo, onde o ápice é mostrar

que a pequena “Nalu” consegue realizar muitas aventuras, no entanto, eles contam com patrocinadores como veremos a sua participação a seguir.

3.8.10 Patrocínio

Se faz necessário explicitar também a ocorrência da aparição de marcas de patrocinadores dos atletas e viajantes protagonistas em vários episódios, as propagandas algumas vezes apareciam nos discursos e outras nas imagens, dando visibilidade expressiva às marcas esportivas de equipamentos e roupas, outras eram bem diretas e focadas na mensagem, como na imagem abaixo (Figura 12):

Figura 12 – Imagem das marcas de roupa patrocinadoras



Fonte: Canal *Off*.

Uma categoria muito bem trabalhada pela mídia são a dos patrocinadores, eles literalmente investem nas ações realizadas pelo esportistas de aventura, como acabamos de falar acima, “Nalu” viaja o mundo e os registros que a família faz ao redor do mundo são custeados com ajuda, isso é retratado por vezes discretamente durante o vídeo e nos agradecimentos finais, como: “Agradecimentos: Caloi, Shimano, A Room in The City, Camping Portuondo, Turespaña

(Escritório de turismo da embaixada da Espanha); Isabelle Nalu veste – Mormaii, A Fábula; Fabiana Nigol veste – Mormaii; Everaldo Pato veste – Mormaii”. As ações de marketing esportivo são percebidas ao longo da programação do canal.

As ações de patrocinadores que usam a publicidade para obter um retorno fazem parte dos esportes a bastante tempo, Freire e Ribeiro (2007) falam que a história do marketing esportivo remete ao berço da cultura contemporânea, as influências da civilização grega da antiguidade. Em festivais da antiguidade a atividade comercial já se fazia presente, com comerciantes, vendedores de comidas e artesãos, onde se brindavam a vitória de atletas e escultores eternizavam as imagens dos vitoriosos. Freire e Ribeiro (2007) relata que os vitoriosos chegavam a ser patrocinados com comida, vestimentas, e os reis os homenageavam estes atletas vitoriosos com moedas cunhadas, surgindo nesta época a ideia da medalha.

Passados alguns séculos e a chegada a era moderna, o Barão de Coubertin reviveu estes festivais criando os Jogos olímpicos, e com ele o patrocínio comercial continuou a ser utilizado. Se por um lado o esporte é utilizado comercialmente por marcas de produtos (alimentícios, cosméticos, marcas de automóveis, materiais de construção, farmacêuticos, bebidas alcoólicas, refrigerantes, companhia telefônica, aparelhos de som, televisores, e diversos outros), por outro lado essa lógica comercial ajudou a propagar e transformar o esporte que conhecemos hoje FREIRE, RIBEIRO (2007).

Os esportes de aventura também receberam e recebem esta participação de patrocínio de forma determinante. A própria série do Canal *Off* traz o relato de um surfista da década de 1970 que enfatizou a participação de uma cervejaria patrocinando um campeonato de surfe em 1972, no Pier do Arpoador, sendo esta uma ação muito significativa para o surfe em tal visão. Na época a cervejaria lançava a primeira cerveja em lata, com grande repercussão na mídia, o que ajudou no crescimento do surfe.

Nesse emaranhado de busca de fidelização de clientes a mídia e o patrocínio acabam tendo objetivos comuns, onde o telespectador consome as associações feitas entre ambos. Um caso clássico estudado e mostrado nos esportes de aventura e que aparece na programação do canal, é o da Red Bull (empresa de bebida energética da companhia austríaca Red Bull GmbH). Conhecida pelo *Slogam* “Red Bull te dá Asas” a empresa que surgiu em 1987 e associou sua estratégia de marketing aos esportes de aventura, ao público jovem (CAMPOS, 2014; FRACHETTA, 2021).

Buscando o encantamento pela “emoção” a empresa buscou o público jovem como estratégia de fidelizar pelo esporte de aventura seus novos e futuros clientes. A empresa não só patrocina eventos como X Games, como também cria eventos ligados a aventura como o Red

Bull Stratos e a Red Bull Air Race. O primeiro (Stratos), se trata de um recorde mundial de salto em queda livre realizado em 2014, onde o evento midiático contou com a presença de Felix Baumgartner, que realizou o salto a 39.040 metros de altitude, com uma roupa especial pressurizada como de um astronauta vindo da estratosfera terrestre a uma velocidade de 373 metros por segundo (CAMPOS, 2014; FRACHETTA, 2021).

O Red Bull Air Race, a famosa corrida de aviões criada pela Red Bull era realizada em vários países como forma de levar a marca da empresa, chegando a ser realizada no Rio de Janeiro por duas vezes, atraindo cerca de 1 milhão de pessoas para assistir o evento forma presencial e outras milhares de pessoas pelas mídias. Estas (as mídias) as quais trabalhavam em consonância com o evento, fazendo com que a marca Red Bull se tornasse “sinônimo” de aventura. Mas, o negócio estratégico era vender o energético, que aqui no Brasil é liderada pela marca, mas os brasileiros ainda bebem pouco energéticos se comparado com os Estados Unidos (EUA), a média do Brasil é de um litro e meio por brasileiro e nos EUA cinco litros por americano por ano (CAMPOS, 2014; FRACHETTA, 2021).

Estas associações ao radical foram realizadas de forma que ligasse a marca ao radical, ao extremo, a aventura. A empresa buscou não só apresentar o seu nome, buscou ser o evento, com isso recebia ainda mais visibilidade na mídia. na programação do Canal *Off* apareceu em: “Red Bull sports events” - Volcom Pipe Pro de surfe disputado no pico mais famoso do mundo, North Shore, em Oahu, no Havaí. Trazendo um resumo da edição anterior do evento e a paixão do atleta local Jamie O’Brien pelo Pipeline; no documentário “Peaking: Mark Mathews” - Mark Mathews é competidor e organizador do Red Bull Cape Fear (evento de surfe); “Red Bull sports events Xtreme Vebier” – Evento de snowboarder em 2018 na Suíça; “Peaking S1 Peter Mel” – que foi filmado em novembro de 2015, o documentário acompanha a experiência de Kelly McGarry no Red Bull Rampage, (evento de *bike*).

Aparecem na programação também roupas com as marcas de outros vários patrocinadores, nos equipamentos esportivos, em bonés e até tatuados no corpo, entretanto, trouxemos o exemplo da Red Bull por entender como o patrocínio, o marketing, expressos pela marca traduzem uma síntese explicativa de fácil compreensão. O estilo de vida aventureiro aparece nas marcas que se atrelaram aos esportes de aventura, formando um sentido figurado que aventureiro devo utilizar a marca da aventura. Bruhns (2009) relata casos de pessoas comuns que passaram a consumir produtos relacionados aos esportes de aventura, mesmo sem realizar a atividade, mas por gostarem do estilo aventureiro, por consumirem o que a mídia está mostrando.

O patrocínio também gera a receita dos atletas, eles são pagos para divulgarem estas marcas, com isso alguns conseguem receber mais em patrocínio do que em premiações. Um exemplo é o surfista campeão mundial Gabriel Medina, segundo surfista mais bem pago no ano de 2018, recebeu US\$ (dólar) 473.200 mil em premiações em competições, contra US\$ 3.050.000 milhões de salário anual dos patrocinadores (Rip Curl, Oi, Coppertone, Cabianca, Guaraná, Audi, Orthoprider e Corona). Sua receita final no ano de 2018 foi de US\$ 3.523.200 milhões (WAVES, 2019). Desta forma tentamos deixar claro a importância do patrocínio para os atletas, o esporte e consequentemente sua relação direta com a mídia transmissora de conteúdo aos telespectadores que consomem estas marcas.

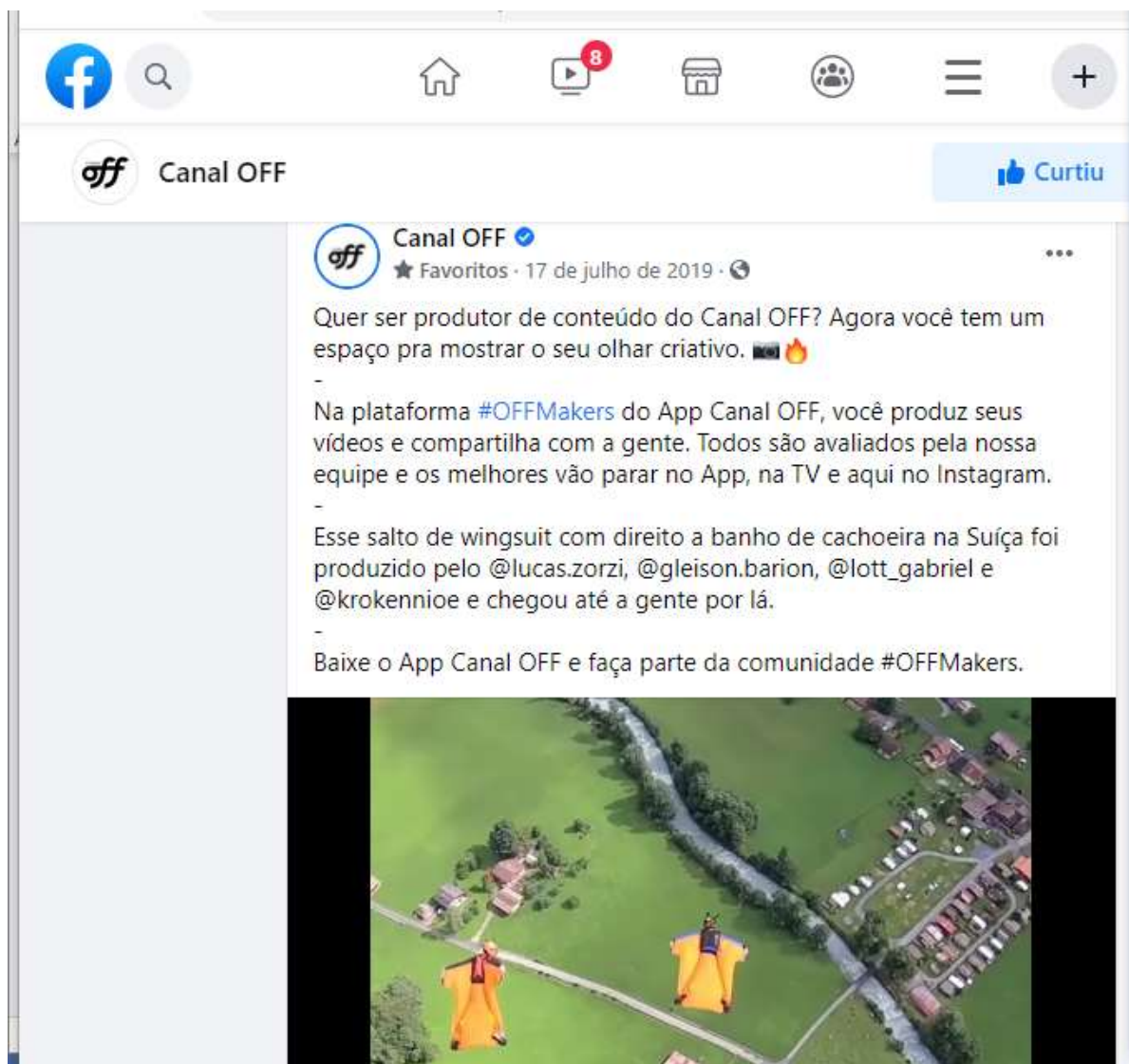
3.8.11 Foto e filmagem

Um pouco controverso uma vez que estamos falando de mídia, mas as relações entre fotografia e filmagem embora estejam intrínsecas na mídia se fizeram presentes na programação analisada. Hernandez (2017) observa a nova forma de comunicação que está em curso, com uma associação a evolução tecnológica e a internet que influenciaram os meios de comunicação de forma direta. Acrescentamos que com as câmeras modernas, celulares de última geração os velhos filmes revelados em fotografias em papel ficaram para trás. Câmeras à prova d'água e até mesmo celulares à prova d'água revolucionaram a forma de filmar e fotografar.

As redes sociais, sites, blogs como fala Altheide e Schneider (2013) são uma realidade cada vez mais presentes em nossas vidas, e estas urge por informação, instigam cada vez mais um mercado de produtores autônomos de vídeos. Basta um celular na mão, uma ideia na cabeça, uma situação inusitada na rua, na natureza, ou em lugar qualquer, que a filmagem começa.

As hashtags (#), arrobas (@) dominam os relacionamentos entre mídias e consumidores de mídia, parecem ser uma nova forma de regular a sociedade. As redes analisam os conteúdos e se estiverem bem-produzidos, e de acordo com a programação vão ao ar. A imagem abaixo (Figura 13) extraída do Facebook do Canal representa essa conexão.

Figura 13 – Exemplo de postagem na página do Canal *Off* no Facebook



Fonte: Facebook do Canal *Off*.

A mídia seguindo a tendência de acompanhar o avanço tecnológico e linguagem moderna que acompanha o público jovem que é o alvo do Canal *Off*, procura uma interação cada vez maior com o telespectador no objetivo de cativá-lo, discipliná-lo às formas como o canal pode se apresentar.

Na programação que analisamos destacamos a valorização deste trabalho principalmente nas séries: “Skate no quintal”, “Pela rua”, “Pelas lentes de Clark Little” e “Diário das ilhas”. As duas primeiras sobre skate e as duas últimas sobre o mar, surfe e natureza. São relatados através das imagens e narrativas a importância do trabalho dos profissionais de filmagem e fotografia dos esportes de aventura direta e indiretamente.

A série “Skate no quintal” na maratona *Off* realizada em uma sequência de episódios exibiu diversas pistas de skate no Brasil e nos EUA, mostrando como o skate tem crescido a nível nacional, pois a maioria dos skatistas mesmo fora do Brasil eram skatistas brasileiros. A série “Pela rua” mostra o trabalho diretamente dos fotógrafos que aproveitam as manobras dos skatistas para registrar posições extremamente técnicas, também são narrados os acidentes que eles acabam sofrendo em decorrência de um skate que escape de uma manobra.

“Pelas lentes de Clark Little”, outra série, já traz em seu nome a importância e seu trabalho com a câmera, onde ele retrata as minis ondas com imagens lindíssimas do mar do Havaí. Nesta série é mostrado detalhes do trabalho do fotógrafo em torno do surfe e da natureza, pois sua especialidade é retratar o mar, mostrando seu trabalho com imagens de surfistas nas minis ondas, fotos com animais marinhos, fotos do mar e sua fama de fotógrafo das minis ondas que através das redes sociais e publicações em revistas internacionais.

A quarta série retratada nesta categoria é o “Diário das ilhas”, onde é comentado e descrito na chamada de um dos episódios, que o trabalho dos cinegrafistas e fotógrafos de surfe é muito valorizado pelos atletas, estes fotógrafos se hospedam na casa que Felipe “Gordo” Cesarano aluga uma casa há 15 temporadas de surfe na praia de North Shore, em Oahu, Havaí. A troca de experiência na casa relacionado a fotografia é muito importante para o trabalho deles, comentam sobre as câmeras mais modernas que levam vantagem sobre as mais antigas e da importância dessa casa para novos fotógrafos de surfe.

As situações que envolvem imagens das imagens na mídia deixam clara o posicionamento do Canal *Off* na produção de conteúdo dos esportes de aventura que possam ligar os jovens ao canal. Ao apresentar as técnicas de fotografias e filmagens o canal poderia estar criando a nosso ver um imaginário. Onde associamos o que Hernandez (2017) chama de efeitos de proximidade, pois nesta relação entre o anunciador (sujeito transmissor) e o telespectador (sujeito ouvinte) temos uma relação amigável e compreensiva.

3.8.12 Saudosismo

Esta categoria fala especificamente das lembranças de ex-atletas e pessoas que já participaram de alguma forma do cenário de esportes de aventura, e expressam sua saudade dos momentos e locais vivenciando a prática dos esportes de aventura a algumas décadas atrás. Estamos diante de várias narrativas de passado, mas não é história, pelo simples fato do

saudosismo se tratar da saudade do passado, do gosto passado. Ficaram mais evidentes estas situações nas séries com pessoas de mais idade narrando suas aventuras saudades do passado.

As séries que mais trouxeram estas situações foram “70 e tal...” e “Manual do skate com Christian Hosoi”, sobre surfe e skate respectivamente. Narrando o saudosismo do surfe nos anos 1970, onde a praia do Arpoador é considerada a casa do surfe, aparecem cenas da praia no final da década de 1960. Fotos antigas de surfistas da época e um surfista utilizando uma prancha antiga (monoquilha) no point do surfe carioca. Detalhes da construção da prancha que não existia aqui no Brasil e como foi fabricada são narrados em tom descontraído e brincalhão com saudades da época.

Em outro episódio é narrado o píer de Ipanema, como um dos lugares mais frequentados pelos surfistas da época, o auge da curtição. As ondas mágicas e um lugar propício para os surfistas de todos os tempos. Garantindo sair felizes depois de um dia de surfe local.

Já na série “Manual do skate com Christian Hosoi”, ex-atletas e lendas do skate narram detalhes importantes da prática de skate nas décadas de 1970 e 1980, como a invenção de algumas manobras e os aéreos. Declaram sua paixão pelo skate, narram fatos que ligam o skate ao surfe e saudosos da época falam que o surfe foi o pai do skate, que era considerado o surfe da calçada, o surfe do pobre que não tinha grana para comprar prancha. Saudoso, Tony Alva se recorda das manobras que realizava na pista de skate e que hoje são copiadas e realizadas no mar por surfistas profissionais como John John Florence.

Esse saudosismo explorado pelo Canal *Off*, pode estar sendo trabalhado de forma a conectar-se com o público mais velho e adultos que se interessem pelas narrativas do passado. Servindo de conteúdo que informa os telespectadores as narrativas de saudosismo trazem um tom poético aos acontecimentos do passado, geralmente contados em tom emotivos.

3.8.13 Pistas e espaços particulares

O crescimento dos esportes de aventura veio acarretando algumas mudanças de paradigmas na sociedade, onde destacamos o skate por exemplo, Pereira e Arnbrust (2010), Costa e Pereira (2019), falam da discriminação que o esporte sofria. Seus praticantes eram proibidos de andar sobre as rodinhas, geralmente se associava a figura de pessoas desocupadas e conseqüentemente à marginalidade. Desde a construção da primeira pista de skate no Brasil, em Nova Iguaçu no estado do Rio de Janeiro, em 1976, existe uma luta para mostrar que a

prática desta modalidade se encontra associada a um estilo de vida, contestador, crítico e alternativo.

Estes praticantes de esportes de aventura e no caso acima do skate, buscam superar seus desafios envolvendo riscos que muitas vezes não eram bem aceitos pela sociedade. Uvinha (2001) apresenta o relato de um médico que atuava em um campeonato de skate, dizendo que perto do nível de radicalidade que se apresentava na rampa os acidentes eram bem menores, geralmente escoriações. Onde incluímos Freitas (2018) dizendo que na coordenação das atividades existem o planejamento, a execução, o monitoramento e os ajustes, que podem ajudar na gestão do risco.

Esses riscos ao longo dos anos não diminuíram, eles sempre irão fazer parte dos esportes de aventura, no entanto, veio sendo atenuado pela utilização de materiais de proteção e equipamentos de segurança que evoluíram com as novas tecnologias (FREITAS, 2018). Como já dito anteriormente a mídia também tem um papel importante no crescimento do número de praticantes de esportes de aventura. Como observamos na programação analisada, isso contribuiu para o aumento do número de praticantes e construções de pistas públicas de skate. Hoje em dia é comum vermos pistas de skate em praças de cidades; tirolesa, paredes de escalada e arvorismo em casas de festas e shoppings.

Essa situação de expansão e aumento do número de praticantes de esportes de aventura emergiu em nossa análise, onde criamos a categoria pistas e espaços particulares. A construção de pistas de skate em casa foi contada na série “Skate no quintal”, algumas delas sendo construídas por pais preocupados com a companhia dos filhos (onde observamos uma continuidade de uma certa discriminação com os praticantes). Também foi falado da fuga do crowd (lotação da pista por skatistas), podendo andar sozinho; o caráter de confraternizar com amigos na pista particular; a pista em casa retratando um estilo de vida jovem, ousado e realização de sonho independente do formato da pista.

Nas séries de surfe são mostradas piscinas de ondas artificiais que mostram como esta vertente vem crescendo e se tornando cada vez mais real, com realizações de competições e treinamentos específicos. Mesmo que mostradas pelo canal fora do país, essa realidade também começa a figurar no Brasil. No documentário “Parede da Fortaleza” é relatado treinamento em parede de escalada particular. Com uma tendência de crescimento cada vez maior os esportes de aventura começam a protagonizar construções de espaços particulares, sendo um contraponto no país do futebol.

3.8.14 Adrenalina, riscos, aventura, loucura

O céu é o limite? Para o *Off* a terra, a água e a neve também são! O canal convida o assinante a embarcar em viagens eletrizantes rumo a cenários paradisíacos pelo mundo, em nome do autêntico espírito aventureiro. Muita ação e adrenalina em produções nacionais e internacionais, protagonizadas por especialistas e “anônimos” apaixonados pela natureza. O que nos une é o desejo de desbravar o mundo em busca de aventuras de tirar o fôlego.

Como é surfar em ondas gigantes, atravessar um país de bicicleta, saltar de paraquedas no lugar mais perigoso do mundo, mergulhar em águas desafiadoras ou realizar uma escalada radical? A resposta está na programação do Canal *Off*, com algumas das principais personalidades de modalidades diversas. (CANAL OFF, 2018).

Essa é uma das chamadas do canal para o telespectador que se sentir atraído pela adrenalina, os riscos, pela aventura, e como apareceu no discurso de alguns protagonistas dos vídeos analisados, pela loucura que parece ser realizar essas atividades. A adrenalina que envolve os esportes de aventura está diretamente ligada ao corpo humano, pois a adrenalina é um hormônio que liberamos ao estar em situações de risco e perigo. A aventura também está associada ao risco, em correr risco. A loucura parece estar ligada à imprudência, que também incorre nas situações de correr risco, e por sua vez o risco incorre em situações de perigo. Estas definições de termos indicadas no dicionário Aurelio nos leva a entender primeiramente a diferença entre perigo e risco nos esportes de aventura.

Pereira e Armbrust (2010, p. 15) fala que perigo “é uma situação que ameaça a existência de uma pessoa ou uma coisa, ou então é uma fonte potencial para provocar um dano”. Já o risco “é a possibilidade ocorrer a situação perigosa, a probabilidade de ocorrência e das consequências de um determinado evento perigoso”. Concordamos com o entendimento de Pereira e Armbrust (2010), Costa (2000), Freitas (2018), de que os esportes de aventura concentram um risco calculado em sua realização, podendo ser trabalhado e amenizado com equipamentos de segurança.

Diretamente ligado aos esportes de aventura o risco esteve presente em quase toda a programação analisada, entendemos que somente não esteve presente na série “respira e inspira” com as aulas de Yoga. Quando relacionamos as modalidades de esporte de aventura e atividades desenvolvidas durante a semana que analisamos (surfe, filmagem/fotografia, kitesurf, escalada, snowboard, tirolesa, windsurfe, canionismo, parapente, skate, ciclismo, trekking, montanhismo, mergulho, ski, bodyboard, bungee jump, ironman, longboard) o risco sempre esteve presente.

Risco de afogamento no mar, piscinas, rios; risco de acidente nas filmagens em mar ou na pista de skate; risco de equipamentos não aguentarem ou resistirem; riscos de exposição a fortes ventos; riscos de avalanches de neve; riscos de exposição as condições climáticas; riscos de se perder em trilhas, trekkings e caminhadas; e outros riscos mais dominaram a programação analisada, pois o risco faz parte do Canal *Off*. Mas por que loucura?

Entendendo que adrenalina, risco e aventura fazem parte dos esportes de aventura a loucura emergiu na programação em narrativas realização de coisas e feitos inacreditáveis, como: surfar em uma tirolesa e saltar de paraquedas, executar manobras muito difíceis, construir uma pista de skate, saltar em uma mega rampa de skate, entre outras coisas. A loucura nestes casos são formas figurativas de expressar os feitos de quem se arrisca, ou dos super-humanos como define Kotler (2015), pois estes praticantes mais ousados dos esportes de aventura na visão do autor, entram num estado de fluxo, sendo capazes de redefinirem os limites do impossível.

Kotler (2015) apresenta o exemplo de atletas de caiaque extremo (que realizam salto de cachoeiras e penhascos), onde 1997 o recorde de salto era de 25 metros, dois anos depois foi elevado para 30 metros, depois de 10 anos (considerado muito tempo) chegou a 33 metros, superado pelo brasileiro Pedro Oliva que saltou 39 metros no rio Sacre no Brasil. No entanto 3 meses depois de Pedro Oliva seria batida uma marca inacreditável, Tyler Brandt saltou 58 metros na cachoeira de Palouse nos EUA. Com os limites sendo redefinidos pensamos em quebra de recordes, mas para o autor eles estão querendo algo mais, algo extraordinário, o seu desempenho máximo.

A mídia atenta, não pode ficar de fora e registra estes momentos para conquistar novos adeptos a sua programação, onde existe uma conexão direta com as pessoas comuns que se sentem atraídos pela adrenalina, pelo risco, pela aventura e loucura que envolve os esportes de aventura.

3.8.15 Sonorização e musicalidade

Durante a semana selecionada para nossa análise, toda a programação sem exceções apresentou músicas, em que geralmente estavam associadas ao tema da modalidade esportiva desenvolvida, sendo sempre uma presença marcante. Hernandez (2017) ao estudar os efeitos sonoros, música, ruídos e a relação com a fala, apresenta como exemplo uma análise do “Jornal

da CBN”, em que as composições musicais apresentaram quatro possibilidades de aplicação: 1) a música como parte essencial das vinhetas; 2) a música modificando conteúdos, como manipulação sensorial; 3) fechamento do programa com bom humor; 4) preenchimento do silêncio.

Esse exemplo citado acima entendemos ser possível adaptar para nossa análise, pois o Canal *Off* em suas séries, filmes e documentários apresenta dinâmica parecida. Utilizando como exemplo a série “#respeitaasmina”, mas representando toda a programação que envolve a música, mostraremos alguns aspectos abaixo no esforço de compreender esta utilização. Em relação ao item 1, a vinheta de abertura da série representa uma parte essencial, pois não a discurso oral, somente imagens e os efeitos sonoros com batidas fortes, criando uma relação com a luta feminina por seu reconhecimento no cenário do skate.

No item 2 a música marca o conteúdo das lutas femininas, a letra da música expressa essa causa que consideramos justíssima, representada já no título da série. Via manipulação sensorial pode dar a impressão de que o skate é uma das causas mais importantes, entretanto, a trilha sonora expressa muitas causas da luta feminina. No item 3 que diz respeito ao fechamento do programa com bom humor, verificamos no caso da série a musicalidade se mistura as imagens podendo significar o fechamento do episódio em alto astral, com boas energias e mostrando que o reconhecimento feminino no skate está avançando.

O preenchimento do silêncio do item 4 pôde ser observado em vários momentos ao longo dos episódios de diversas séries, a ideia, segundo Hernandez (2017), é de evolução do programa, com as meninas andando na rampa, a comunicação se torna não auditiva e sim visual, mas para manter o máximo de atenção do telespectador a mídia insere a música, com efeito estratégico de fidelizar o cliente, o telespectador. Fato comum se compararmos com programas de TV, novelas, jogos de futebol, comerciais de produtos, notícias jornalistas, entre outros.

Sobre estes fatos Hernandez (2017, p. 112) explicita que: “Em uma mídia de fluxo que não pode deixar de dar estímulo ao ouvinte sob pena de perdê-lo, ruído e efeitos sonoros cumprem bem a função de serem mais um meio de criar discontinuidades e de buscar a atenção do enunciatário”. O som expresso remete a uma ação, que por sua vez tem uma conexão direta com os esportes de aventura. Sendo assim, as falas das protagonistas, as músicas, os efeitos sonoros e os ruídos transmitidos durante o episódio, trabalham de forma sensorial visando transmitir a mensagem ao telespectador.

Estas estratégias midiáticas são muito bem pensadas e trabalhadas, basta olharmos toda a equipe que se envolveu na produção da série “#respeitaasmina”: Equipe TX filmes; Criação e direção geral Roberto T. Oliveira; Produção Executiva Camila Villas Boas; Direção Geral

Fred Kesselring; Fotografia Thyago Ribeiro, Fred Kesselring, Cesar Hideki, Alex Kundera; Fotografia Adicional: Grazi Oliveira; Edição: Fred Kesselring; Tratamento de cor: Gabriel Ranzani; Assistente de edição: Felip Silva; Equipe OFF: Comunicação & Branding: Ricardo Moyano, Marcio Pimenta, Guilherme Schutze, Gabriel Mello Franco; Coordenação de estratégia digital: Gabriela Trigueiro; Coordenação de projetos digitais: Tiago Gautier; Gerente de estratégia digital: Jorge Carrasco; Produção: Giulia Müller; Planejamento de conteúdo: Anna Luiza Villar, Bernardo Wenzel; Coordenador de conteúdo: Gabriela Lacerda; Gerente de marketing: Patrícia Pieranti; Gerente de programação: Anderson Freitas, Bruna Demaison; gerente de conteúdo: Leonardo Campos; Direção do Canal: Tatiana Costa.

Em outras séries constatamos até mesmo a existência de empresas especializadas em som, músicas e efeitos sonoros, reforçando a presença marcante da música em todos os filmes, séries e documentários do Canal *Off*. Alguns exemplos de empresas são a Consultoria Musical: Tecla Music Agency, e Music Solution. Ainda temos os especialistas em edição de som e mixagem do próprio canal e de empresas parceiras.

3.9 Conclusão

Ao comparamos as categorias que emergiram em nossa análise com as direções de discursos apresentados por Betti (1997), temos o surgimento de várias possibilidades dentro dos esportes de aventura no momento atual. Entretanto, apresentaram-se semelhanças e diferenças, pois mesmo passado o tempo e em canais televisivos diferentes, a mídia mantém seu foco de fidelizar os telespectadores.

Embora em momentos distintos desde o surgimento da TV por assinatura e a segmentação de canais, alguns objetivos estratégicos não mudaram. Diretamente o telespectador entra em um canal buscando informação específica, e cada vez mais essa especificidade se faz presente. Os documentários, séries, filmes que analisamos no Canal *Off* deixam claro que muito mais que espetacularizar o esporte, se trava um diálogo direto com o telespectador e a sociedade.

Apresentamos uma sugestão de comparação entre discursos e novas categorias (Figura 14):

Esquema comparativo do contexto dos esportes de aventura no Canal *Off* e os estudos realizados por Betti (1997, 1999).

Figura 14 – Esquema comparativo Canal Off X estudos de Betti (1997,1999)



Não queremos impor uma sistematização ou organização de linguagens e discursos que a mídia utiliza, e sim dialogar com as variedades de perspectivas, os critérios sempre são discutíveis para além da categorização, pois como adverte Hernandez (2017, p.13): “na análise específica não há fórmulas prontas. Ao contrário, é mostrado um caminho contrário, um caminho concreto de estudo – que tem a investigação do fenômeno da atenção como ponto central e irradiador das investigações - e seus resultados”.

Embora não tenha aparecido nesta análise, pois se trata de uma semana específica, a preocupação com a inclusão das pessoas com deficiência nos esportes de aventura também pode figurar como uma das categorias de discurso do Canal *Off*, como apresentado no capítulo II da tese.

A extensão de programas, filmes e séries muitas vezes é documentar uma aventura, se configurando em uma nova dinâmica social. O corpo que está presente nas ações mexe com o imaginário, com os sentidos e significados qualificando-o ao desejar sair da tele virtualização. Nesse sentido, programado para criação de uma realidade, instaurando-se uma dinâmica de acesso aos esportes de aventura, em que, os mesmos deixam de ser tão perigosos, de terem tantos riscos, passam a fazer parte das aulas de educação física escolar.

De uma forma ampla, como observado em discursos de protagonistas da programação e nos estudos de alguns autores aqui citados, a mídia pode ter influído diretamente na chegada das Práticas Corporais de Aventura na BNCC, pois os esportes de aventura tiveram sua propagação, não somente pelas mídias televisivas, mas também pelas redes sociais. Nesse aspecto os praticantes de esportes de aventura veem o contato com a natureza de forma difusa, buscando o contato sim, mas não somente para lazer, saúde, conhecimento, diversão, buscam preencher suas redes sociais.

As meninas também têm seu espaço, e, esses desbloqueios de ações legitimam a entrada dos esportes de aventura no cotidiano corrido do ser humano. Que por sua vez, tenta resolver seus problemas, organiza o seu tempo, superasse a cada conquista, não é mais uma afronta, é uma necessidade de melhorar os seus limites de forma a reproduzi-lo em seu dia a dia.

Entendemos não ser uma simples questão de imagem e de mídia, são ações estratégicas que procuram o agir comunicativo como forma de inserção na gestão do tempo de maneira concreta. As categorias que mudaram desde o estudo de Betti (1997), buscam preencher o tempo de forma concreta, com uma programação específica, seguindo na direção de diálogos com a sociedade, em que, estrategicamente foi evoluindo com a tecnologia e o conhecimento. O desenvolvimento de plataformas de entretenimento são simplesmente a evolução da mídia

em busca do telespectador, de atraí-lo como cliente, como consumidor, como ser dependente da informação que só ela pode passar.

Respondendo aos nossos questionamentos iniciais é possível afirmar após a análise e discussão dos dados extraídos de uma programação semanal do Canal *Off*, que surgiram sim novas categorias de discursos midiáticos, se ampliando na direção dos esportes de aventura. Entretanto, como apontado durante este capítulo as características de uma programação específica de esportes de aventura seguiram um caminho de segmentação, ora pautados em alcançar maior profundidade em determinados temas (como: inclusão feminina ou questões socioambientais), ora pautados nas especificidades de cada modalidade abordada (como: séries específicas de skate, surfe, viagens).

Como características específicas da programação de um canal de esportes de aventura podemos citar sua ligação direta com risco, com o imaginário, pautados na superação, no vencer um desafio, no conhecer novas realidades, na emoção. O próprio slogan do canal analisado propõe aos telespectadores sonhar, explorar e descobrir através dos esportes de aventura e de viagens.

Com chamadas para se quebrar a rotina, aventurar-se pelo desconhecido, saltar de parapente, surfar ondas paradisíacas, conhecer os locais mais inóspitos do planeta, apreciar a natureza, maravilhar-se com paisagens deslumbrantes, ouvir trilhas sonoras incríveis associadas a experiências de tirar o fôlego, se resume muito bem as características da programação do canal. Tudo aparece como grande curtição, a natureza como pano de fundo abrilhanta o cenário, que contrasta com equipamentos e matérias sofisticados na execução das ações de aventura.

Os percursos que os esportes de aventura percorreram desde os estudos de Betti (1997, 1999) até os dias atuais seguiram caminhos que envolveram a evolução tecnológica, sem dúvidas vivemos um momento que a tecnologia amplia o universo de conhecimento da humanidade. Foram criados dispositivos que auxiliam na preparação e realização dos esportes de aventura, como um exemplo, citamos o aparelho celular, através dele se navega por aplicativos para aquisição de conhecimentos de trilhas e percursos, registra-se com fotos e vídeos, mas, por outro lado, pode se estimular o consumo destes atrativos através do imaginário, podendo a natureza passar “despercebida”, sendo ameaçada pelas ações de impacto causa por visitantes e praticantes de esportes de aventura.

Assim alertamos para uma procura dos praticantes de esportes de aventura que podem ter recebido influência direta das mídias, e iremos verificar no próximo capítulo. A realização da prática dos esportes de aventura deve ser realizada de forma consciente, não agredindo o meio ambiente, em uma relação de respeito. Quanto as práticas em ambiente urbano

percebemos através das análises uma maior aceitação, como por exemplo o skate, fruto influências midiáticas ou não.

De acordo com as categorias que elencamos os praticantes são estimulados através da mídia à: Preservação e contato com a natureza, conhecer a história dos esportes de aventura, entender sua evolução, incluir as mulheres, compreender os contextos sociais globais, praticar para manutenção da qualidade de vida e saúde, vencer desafio, superar-se, reconectar-se, transformarem-se em atletas, praticar por diversão e treinamento, consumir, fotografar e filmar, construir espaços para praticar, admirar o passado dos esportes de aventura, sentirem a adrenalina através dos riscos nos esportes de aventura, tudo isso musicalmente.

Entendemos a questão dos esportes de aventura para além dos discursos enaltecidos pela mídia, e as distintas formas de sua apropriação do tempo livre. Eles apresentam-se como expressão para além do consumo, de forma a desenvolver outros valores para além da competição dos esportes tradicionais.

4 LEVANTAMENTO *ONLINE* COM OS PRATICANTES DE ESPORTES DE AVENTURA

4.1 Introdução

Como apresentado nos capítulos anteriores, a mídia faz parte do universo esportivo, onde sempre ocorreu uma relação de troca, em que os esportes geram notícias e informações utilizadas pela mídia para atrair o público telespectador. Bourdieu (1997) falando sobre os jogos olímpicos alerta para a publicidade e os produtos comerciais que giram em torno do esporte, sendo concebidos para segurar o maior público possível. Busca-se horários específicos para aumentar a audiência, submete-se a padrões nacionalistas, num percurso que vai ao encontro do sucesso televisivo atrelado aos lucros econômicos.

Entretanto, o esporte competitivo aparece predominantemente na mídia gerando maior debate, em que para Maguire (2006) é a forma dominante de prática corporal-cultural no mundo. Buscando entender esse fenômeno Maguire recorreu aos processos históricos que constituíram a globalização esportiva, em que aparecem culturalmente o esporte sendo apreciado pelas elites, sendo uma maneira de delimitar posições hierárquicas, que envolviam poder, prestígio e condição social durante os séculos XVIII, XIX e uma parte do século XX.

Os esportes de aventura neste contexto não figuravam entre o que a mídia considerava competitivo (diferente dos dias de hoje que chegaram aos Jogos Olímpicos, em que esporte competitivo viu na aventura uma oportunidade de aumentar o leque de opções competitivas, por questões de patrocínio, marcas, consumidores). A mídia começa a dar atenção aos esportes de aventura pela emoção e risco que está proporciona ao público, não pela competição.

Entretanto, durante o século XX com advento dos processos de nacionalização e globalização os esportes de aventura começam a constituir-se como prática de lazer e recreação, ocorrendo o desenvolvimento de técnicas e equipamentos para este fim. Dias (2008) defende que a formação dos esportes na natureza (neste trabalho desenvolvemos como esportes de aventura) já estavam em curso desde o século XIX, tendo como ponto de inflexão o período pós Segunda Guerra mundial.

Dias (2008) fala que atrelado à evolução tecnológica que fluía desde inovações em materiais como prancha de surfe até as novas tecnologias da comunicação e informação, as distâncias entre os países e seus povos pareciam diminuir. Integrando-se neste momento os

esportes de aventura. As ideias e conceitos sobre esportes de aventura pareciam caminhar em uma mesma direção, mesmo que praticantes não se conhecessem.

Dessa maneira, surfistas da Califórnia podiam entrar em contato com as ideias de aventura criadas por alpinistas franceses. Podiam, do mesmo modo, compartilhar valores à distância e buscar novas inspirações para suas próprias aventuras. Também não deve surpreender, portanto, que escaladores que não se conheciam pessoalmente como Royal Robbins, Jean-Pierre Bouvier, Claude Barbeiro ou André Ilha, de lugares tão afastados e diferentes como os Estados Unidos, França, Bélgica e Brasil, se encaminhassem, simultaneamente, na direção de concepções semelhantes sobre o montanhismo (DIAS, 2008 p. 8).

Dias (2008) descreve esse processo ocorrendo por volta da década de 1960. Mas as mídias vinham alcançando as elites sociais, econômicas e intelectuais desde a década de 1920, Jambeiro (2002) relata que em 1923 surgiu a primeira emissora regular, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Anos depois, já com o sistema de radiodifusão consolidado de maneira profissional e regulado pelo estado, que também utiliza esse meio para se comunicar com a população, pois atraía o público com audiência de massa; surge a televisão em setembro de 1950, sendo o Brasil o primeiro país da América Latina a possuir uma emissora de televisão, e o sexto no Mundo (JAMBEIRO, 2002).

Já no início da década de 1960 eram 34 emissoras de televisão licenciadas, e durante esta década, iniciou-se um processo maior de consolidação desta mídia e separação do rádio. Ocorre também nesta época a primeira transmissão nacionalmente integrada, graças ao videoteipe, com a inauguração de Brasília como capital do Brasil. Na década de 1970 destacamos dois entrelaçamentos esportivos: o primeiro foi a final da copa do mundo de futebol de 1970, onde se registrou 100% dos televisores ligados neste evento (JAMBEIRO, 2002); o segundo é o lançamento e propaganda de um carro da Volkswagen, o “Passat Surf”, que associou o nome do carro a pessoas com estilo jovem e aventureiro, fazendo menção direta ao esporte de aventura (DIAS, 2008).

Também na década de 1970, Marchi (2017) traz a interação do surfe com a mídia, onde a televisão cobria campeonatos, e ajudava na divulgação dos eventos, ocorrendo os primeiros campeonatos patrocinados. Em 1973 estreia o programa esportivo “Esporte Espetacular” com o objetivo claro de abrir espaço na televisão para outras modalidades esportivas além do futebol, que predominava nos noticiários. Com programação importada as transmissões aos poucos foram se adaptando ao formato nacional, buscando atletas nacionais e matérias locais, assim os esportes de aventura começavam a aparecer mais na mídia (ESPORTE ESPETACULAR, 2021).

Outro programa esportivo que surgiu em 1978 e se consolidou estando presente até os dias de hoje é o “Globo Esporte” da rede Globo de televisão.

No início, era dedicado quase que exclusivamente à cobertura dos torneios estaduais e nacionais de futebol. Mas, já no primeiro ano, apresentava também reportagens sobre motociclismo, tênis, boxe, natação, basquete, entre outras modalidades esportivas. Na estreia do programa, foi exibida uma reportagem com o perfil do surfista brasileiro Rico de Souza (GLOBO ESPORTE, 2021).

No início da década de 1980 ocorreu uma transmissão ao vivo do Campeonato Mundial de Windsurfe no Havaí dentro do programa “Esporte Espetacular” (ESPORTE ESPETACULAR, 2021). Jambeiro (2002) narra que os programas esportivos na década de 1980 começam a se destacar mais ainda na mídia e a tv alcança todo o território nacional. Os programas esportivos começam a se perpetuar com audiência para serem transmitidos com regularidade, e as falas possuíam informações, debates e noticiários de atletas, clubes de futebol, partidas e alguns esportes considerados amadores.

Foram lançadas modas de roupas, acessórios e equipamentos esportivos; o marketing em torno do esporte começa a ficar mais evidente. Em 1983 estreia na rede Bandeirantes de televisão o programa “Show do Esporte” levando mais audiência esportiva para a televisão. Ao final da década de 1980 e início da década 1990, surge a Associação Brasileira das Agências de Comunicação, (ABRACOM), a qual, em 1991 provedoras de TV por assinatura se associaram. Mas, devido ao crescimento do mercado surgiu a Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA) em 1993 (JAMBEIRO, 2002).

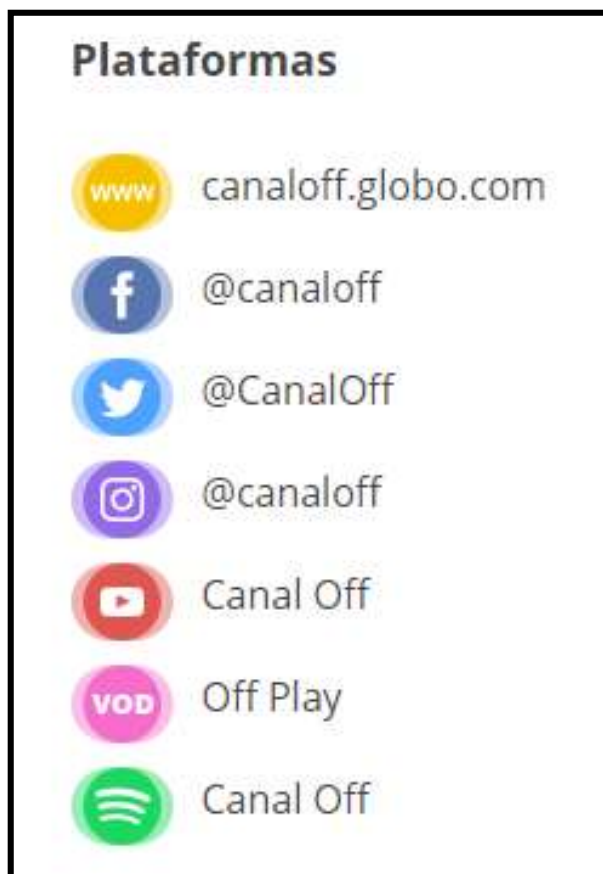
Na década de 1990 surgem os X Games, nos Estados Unidos, que por conta da mídia começam a aproximar-se mais ainda do público. No Brasil em 2002, no Aterro do Flamengo, transmitido pelo programa “Esporte Espetacular” foi realizada uma seletiva sul-americana para participar desta Olimpíada Radical, os skatistas brasileiros Bob Burnquist e Sandro Mineirinho, já campeões mundiais, se destacaram no torneio de skate vertical (RINEHART, 1998; ESPORTE ESPETACULAR, 2021).

Adentrando a primeira década deste século, o esporte de aventura continua marcando presença.

No início de 2002, foi lançado o quadro Caminhos da Aventura com a tricampeã brasileira de windsurfe, Daniela Monteiro. Ela viaja pelo Brasil e o mundo praticando esportes radicais como bungee jumping, paraquedas, asa-delta e parapente. Com o novo quadro, o programa ampliou seu espaço dedicado aos esportes radicais, uma tendência que já vinha desde 1992 (ESPORTE ESPETACULAR, 2021).

Ao cenário que se apresentava dos esportes de aventura e mídia surge em 2006 um canal específico, Canal Woohoo, dentro da TV por assinatura, as transmissões começam a buscar mais este conteúdo para oferecer ao telespectador (MARCHI, 2017). Com presença dos esportes de aventura cada vez mais marcante na mídia, seja em aparições em novelas, séries, filmes e matérias específicas, em 2011 é lançado o Canal *Off* de esporte de aventura, derivando do programa Zona de Impacto do Canal Sportv (PORRETTI *et al*, 2020b). Por seu slogan “sonhe, explore e descubra”, busca instigar os telespectadores com sua programação que promete muita natureza, adrenalina e aventura. Nesta segunda década do século XXI, a evolução tecnológica chega de maneira avassaladora, interferindo diretamente na mídia e na sociedade. Na imagem da figura 15 abaixo podemos ver essa presença:

Figura 15 – Redes sociais do Canal Off



Fonte: Canal *Off*, 2021.

Essa fluidez de informações é realizada de forma a dialogar com toda a sociedade, não se restringindo somente aos assinantes do canal. Sendo esta uma temática que Jambeiro (2002), já apontava na mídia televisiva logo após seu surgimento, e que ficou mais evidenciada com o crescimento da internet, embora ainda existam desigualdades de acesso pelas camadas mais

populares. Ao clicar em um conteúdo, deslizar o dedo no celular, ou interagir com amigos e desconhecidos virtualmente, o indivíduo poderá ser convidado a aventurar-se.

Essa aventura vivenciada ao longo de décadas perpassou a sociedade de forma midiática e integrou-se a preocupações da modernidade. Embora Bauman (2007) nos alerte para a fluidez da sociedade atual, alguns temas tratados nos esportes de aventura são profícuos midiaticamente, como: a natureza, o corpo, a atividade física, o exercício, a saúde; e desta forma atraindo a atenção do público que consome este conteúdo direta e indiretamente.

Assim, buscando dialogar com os praticantes de esportes de aventura e sua percepção sobre a mídia, envolvendo o momento atual em que passamos pela Pandemia do novo Coronavírus (covid-19). Este capítulo tem como objetivo entender o que dizem os praticantes de atividades/esportes de aventura em contato com a natureza considerando os aspectos: sociodemográficos, de escolha pela prática, da possibilidade de influência da mídia, da pandemia da covid-19.

Justificamos este levantamento de forma a constituir parte de nossa pesquisa de doutorado, comprometendo-se com pesquisa acadêmica no momento de pandemia. Em um esforço de diálogo com a sociedade para compreensão das ações e atitudes dos praticantes de esportes de aventura. Assim, traçando um perfil destes praticantes e seus entendimentos sobre as mídias de esportes de aventura considerando seus anseios e preocupações com o momento atual.

4.2 Metodologia

Buscando alcançar nosso objetivo deste capítulo, utilizamos o método de pesquisa misto, com abordagens qualitativas e quantitativas, apoiados em Thomas, Nelson e Silverman (2012). Entendendo ser esta abordagem mais apropriada para capturar nossos dados de pesquisa, levando em consideração as ferramentas e técnicas de coleta e análise de dados, como o questionário (*online*, devido a pandemia). Nesta abordagem é permitida a ação integrada de técnicas qualitativas e quantitativas, facilitando o acesso ao universo pesquisado.

Rocco *et al.* (2003) e Mattos (2016), relatam que os dados quantitativos podem ser interpretados qualitativamente, e na pesquisa qualitativa os dados também podem ser tratados quantitativamente, o que significa que elas se completam. Neste método misto é possibilitado o aprofundamento nas respostas obtidas, se mostrando eficiente para estudos educacionais, de

sociedade, tecnológicos e de negócios. Ponderamos que a pesquisa qualitativa envolve a subjetividade como característica marcante, recorrendo a uma variedade de abordagens metodológicas (THOMAS, NELSON e SILVERMAN, 2012).

4.2.1 Contexto e participantes

A pesquisa foi realizada no contexto da pandemia do novo Coronavírus (covid-19), que é um vírus da família do Coronavírus surgido em dezembro de 2019, na China; trazendo uma doença causadora de infecções respiratórias com risco de agravamento podendo levar a morte (OLIVEIRA, 2020). Esta situação inviabilizou o acesso presencialmente aos participantes, pelo risco de contágio e proliferação da doença. Mas, por outro lado facilitou o acesso a um número maior de pessoas respondentes. Neste aspecto, Faleiros *et al.* (2016) relata que o acesso crescente a internet em todo o mundo, parece sinalizar uma nova forma ou tendência para coleta de dados.

Faleiros *et al.* (2016) fala que as ferramentas utilizadas tradicionalmente para coleta de dados, como entrevistas presenciais, questionários impressos, acumulam muitos materiais, gerando custos e se tornando algumas vezes economicamente inviável, não seguindo a evolução tecnológica e a tendência de novas plataformas de coletas de dados. Os autores sugerem a utilização das novas dinâmicas das populações para aquisição dos dados, como o uso do celular, e apresentam um trabalho com a laboração de um questionário *online* preparado em plataforma virtual e com distribuição de um link via e-mail e redes sociais.

No contexto pandêmico esta utilização se tornou uma ferramenta muito útil e viável, o que nos levou a adotá-la com os participantes de nosso estudo. Onde foram convidados a responder o questionário *online* os praticantes de forma regular ou esporádica de atividades/esportes de aventura em contato com a natureza, como por exemplo: Surfe, Montanhismo, Corridas de Aventura, Trekking (trilhas), Mergulho, Escalada, Canoagem, Ciclismo (Mountain Bike, BMX, etc.), Skate, Balonismo, Paraquedismo, Rafting entre outras.

No questionário utilizamos o termo atividades/esportes para abrangência de um público maior de pesquisados, envolvendo o contexto do lazer, recreação e das práticas esportivas. Um fator limitante da pesquisa é o fato da aplicação ser *online* e no contexto pandêmico, ao mesmo tempo que facilita o acesso, não permitiu o contato direto do pesquisador com o pesquisado, para isso foram montadas perguntas estratégicas a fim de obter a maior fidedignidade possível.

A escolha dos participantes ocorreu de forma proposital, pois segundo Thomas, Nelson e Silverman (2012), essa amostra significa o público onde podemos aprender mais, contribuindo diretamente para a pesquisa. O processo de inclusão foram os respondentes serem praticantes de atividades/esportes de aventura na natureza, sendo público jovem, adultos e idosos. O total de participantes que aceitaram participar da pesquisa foi de 318 pessoas, variando de 15 a 70 anos (tendo somente um menor de idade que pediu autorização aos responsáveis para participar, seguindo projeto aprovado pelo CEP), os respondentes eram das cinco regiões brasileiras e uma resposta internacional, por conta da divulgação por e-mail e redes sociais.

4.2.2 Instrumento de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados foi a aplicação de questionário *online* (Apêndice B) via plataforma *Google* formulários, para aquisição dos dados da pesquisa. O tempo estimado para responder foi de 8 minutos, e os participantes eram convidados a participar por link de acesso ao questionário¹¹. Este link foi divulgado por e-mail, redes sociais (Facebook, Instagram) e no aplicativo de conversa e troca de mensagens Whatsapp.

O questionário como instrumento característico de pesquisa, possuía questões fechadas (objetivas e guiadas) e abertas (livres e discursivas), para obtenção dos dados baseando em Thomas, Nelson e Silverman (2012). O mesmo teve a intenção de provocar os praticantes de atividades/esportes de aventura em contato com a natureza, sobre o contexto destas atividades/esportes na mídia, suas possíveis influências, e busca de entendimento de como essas práticas estavam sendo contextualizadas no momento de pandemia da covid-19.

O questionário foi aplicado no período de 03 de maio até 19 de junho de 2020, período que, conforme o jornal Estado de Minas, foi um período crítico: “Em 1º de maio, o Brasil tinha registrado 6.354 mortes pela covid-19. Neste sábado (30), eram 28.834 óbitos, o que representa crescimento de 353%” (OLIVEIRA, 2020). Por este estado de crise sanitária mundial, os esportes em vários locais do mundo haviam sido proibidos de serem realizados, ocorreu suspensão/adiamento dos Jogos Olímpicos de Tóquio, e, conseqüentemente pela imposição de

¹¹ Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf-8KsZnY4xYQuf7d-_quvCDx-NEhS1nZ_2iLabXxLIQVyomg/viewform?usp=sf_link>.

regras de distanciamento social, as práticas dos esportes de aventura aconteciam de forma mínima, restrita, sendo, até mesmo, proibida em determinadas regiões.

O questionário seguiu um roteiro pensado e elaborado pelo pesquisador, no intuito de obtenção dos dados relevantes a pesquisa, ocorrendo alguns ajustes com ajuda de especialistas (mestres e doutores) que colaboraram em sua confecção, a fim de validar o instrumento e alcançar respostas mais fidedignas às propostas das atividades/esportes de aventura, mídia e entendendo o momento pandêmico.

As perguntas do questionário foram pautadas no referencial teórico trabalhado ao longo da tese, buscando respostas para o objetivo deste capítulo.

4.2.3 Análise dos dados

A análise dos dados foi quantitativa e qualitativa de forma descritiva interpretando os dados do questionário. Posteriormente a coleta das informações via questionário, os dados foram extraídos para uma planilha do Excel, gerando dados descritivos e numéricos. Através do programa Excel construímos gráficos e tabelas apresentados ao longo do capítulo, que foram interpretados de forma descritiva. Thomas, Nelson e Silverman (2012) apresenta no método misto a possibilidade de uma variedade de abordagens, a fim de interagir com as questões de pesquisa.

Para Minayo (2013) a interpretação é o ponto de partida e também de chegada, pois começa com a interpretação dos pesquisados e termina com a interpretação das interpretações. Em que lembramos das subjetividades da pesquisa qualitativa e quantitativa, mas, ambas buscam a objetividade nos resultados de forma a analisá-los. Na análise de dados utilizamos os conceitos de Minayo (2013), em que a pesquisa qualitativa se ocupa com a realidade tratando dos meios históricos, de relações, das crenças, dos valores, das aspirações, das atitudes, manejando várias técnicas para obtenção das respostas.

4.2.4 Procedimentos para maximizar a confiabilidade

Thomas, Nelson e Silverman (2012) explicam que para dar maior credibilidade e confiabilidade a pesquisa dois aspectos são importantes, a ética que falaremos mais a frente e a competência, que envolve (credibilidade, capacidade de transferência, grau de dependência e capacidade de confirmação). Para isso após o término da pesquisa, os seus resultados serão fornecidos aos participantes de forma digital, através de artigo ou a própria tese que ficará disponível no banco de teses da UERJ. Efetuando-se assim a clareza do processo de pesquisa.

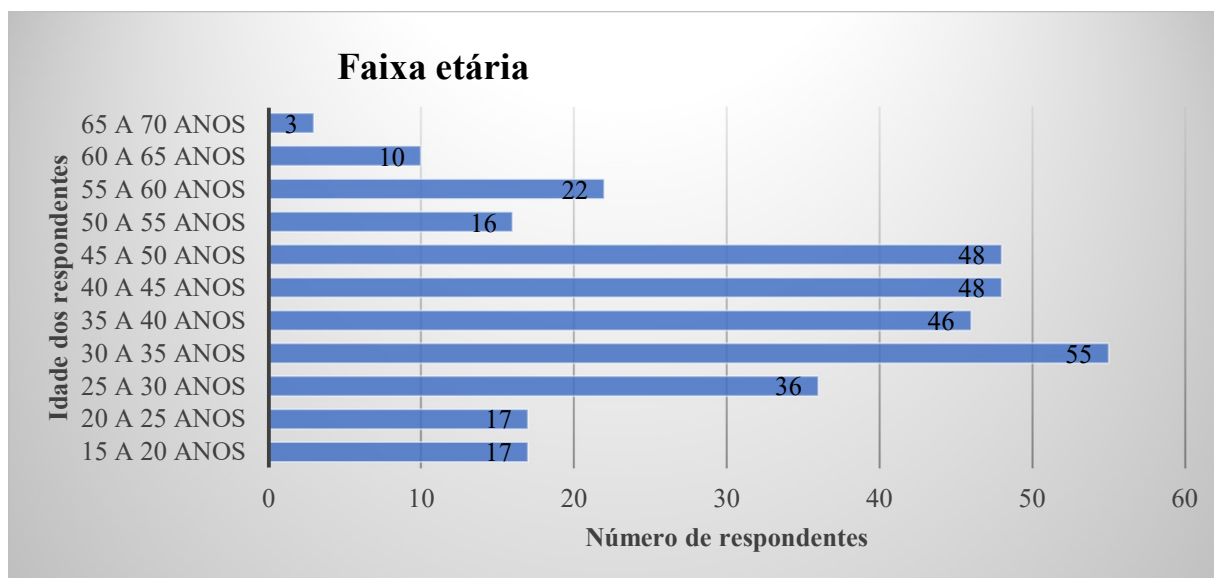
4.2.5 Procedimentos éticos

Os participantes eram informados que o levantamento fazia parte da pesquisa de doutorado intitulada “A influência midiática nas atividades físicas junto à natureza: o Canal *Off*”, ligando-se ao enfrentamento da covid-19. Sendo que o levantamento havia sido aprovado pelo Comitê de Ética do Hospital Pedro Ernesto / Universidade do Estado do Rio de Janeiro sob o número de parecer 4.087.328. Em seguida, caso concordassem em participar do “Levantamento das atividades/esportes de aventura e mídias no período de pandemia da covid-19: o que dizem os praticantes de atividades/esportes de aventura em contato com a natureza.” Clicavam no termo “eu aceito”, adentrando assim as perguntas e aceitando o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

4.3 **Resultados e discussão**

Dados sociodemográficos dos respondentes do questionário praticantes de atividades/esportes de aventura na natureza:

Gráfico 2 – Idades dos respondentes

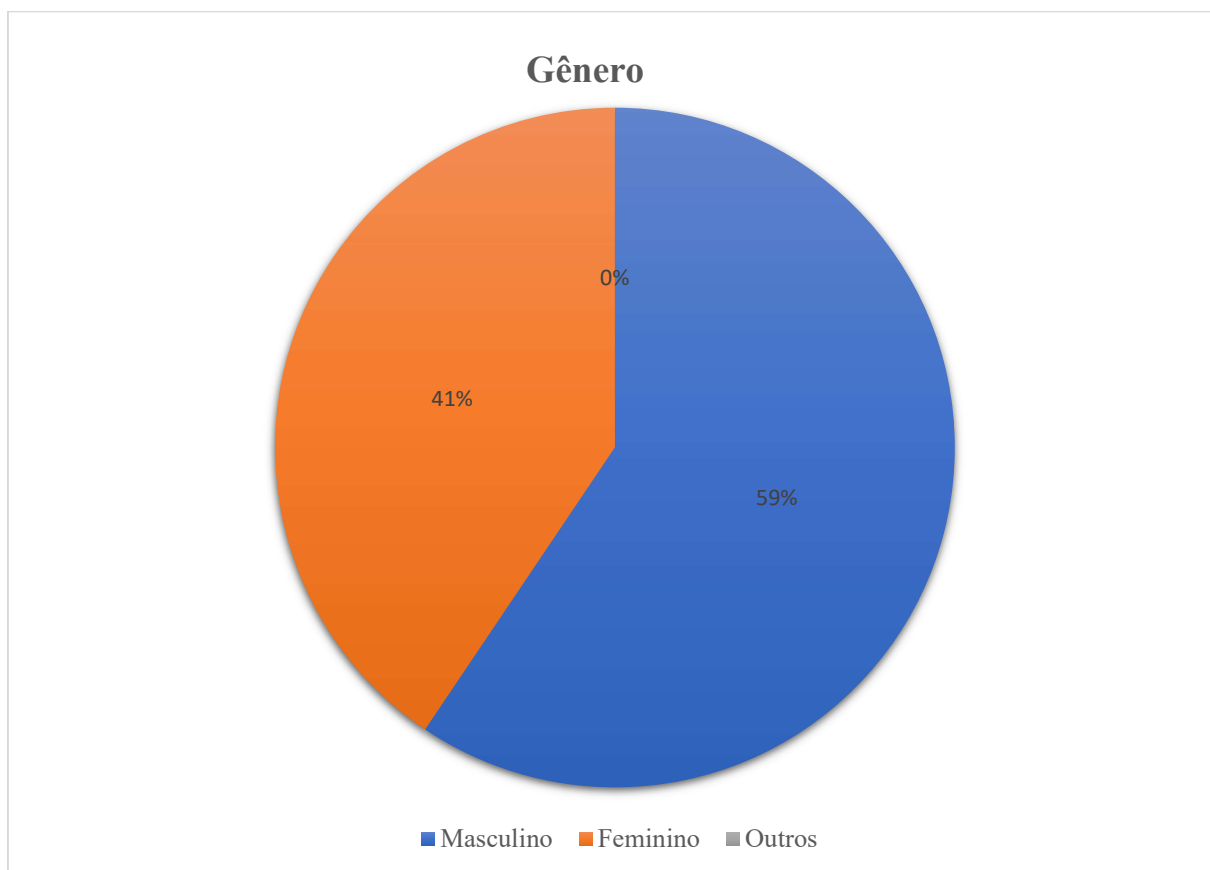


Fonte: O autor, 2021.

Os dados do gráfico 2 corroboram o público jovem e adulto como praticante de atividades/esportes em sua grande maioria (73,2%) dos 25 aos 50 anos. Este público também seria o público-alvo do Canal *Off*, cujo conteúdo busca dialogar com esta clientela, se promovendo que o *Off* é para jovens dos 8 aos 80 anos (CANAL *OFF*, 2018).

Rinehart (1998) já falava dessa modelagem para o público jovem nos X Games, e, este fato permanece até os dias de hoje como narra Pereira (2020) com a inserção do skate, escalada e surfe nos Jogos Olímpicos. Bourdieu (1997) falando sobre a televisão e os Jogos Olímpicos destaca como ocorre uma manobra midiática para audiência nos Jogos, neste caso, atraindo o público dos esportes de aventura.

Gráfico 3 – Gênero dos respondentes



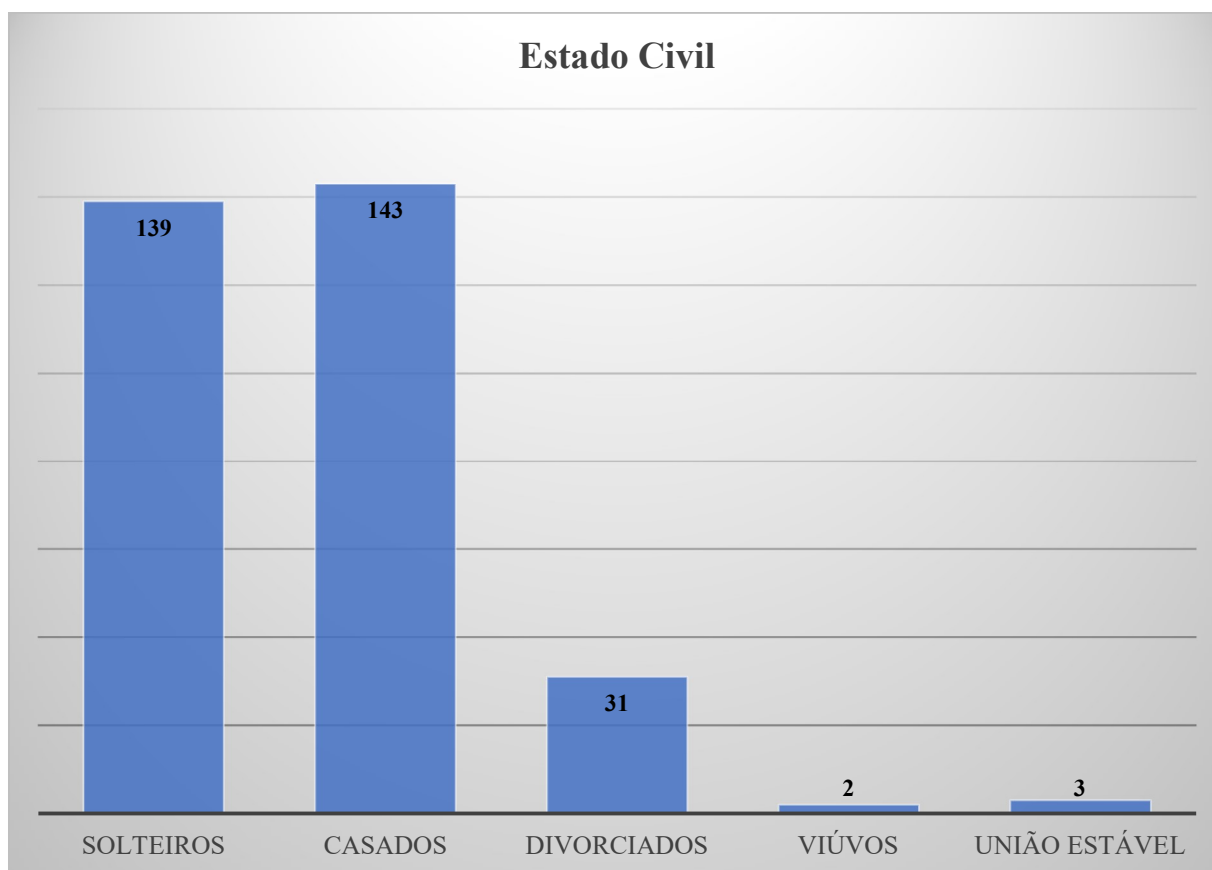
Fonte: O autor, 2021.

No gráfico 3 observamos um ligeiro predomínio do público respondente sendo masculino nas práticas de atividades/esportes de aventura. Do total de respondentes a nossa pesquisa, 189 (59%) eram de gênero masculino e 129 (41%) eram gênero feminino. O que pode significar um crescimento quando comparado a Amaral (2005), em que eram 70,5% homens e 29,5 % mulheres. Entretanto, cabe destacar que as mulheres que eram vistas como sexo frágil e foram proibidas em Lei da prática de desporto não compatível a sua natureza em 1941 (BRASIL, 1941). Desta forma as mulheres começaram uma luta que continua até os dias de hoje por direitos de participação no esporte (DEVIDE, 2008).

Schwartz *et al.* (2016) exploram a inserção da mulher nos esportes de aventura nas modalidades de corrida de aventura, escalada em rocha, mountain bike, paraquedismo, rafting e skate. O estudo aponta que esta representatividade vem aumentando e superando barreiras, elas se inserem na aventura, sobretudo pelo gosto e identificação com as modalidades, sendo iniciadas nessas práticas de atividades/esportes de aventura pelas famílias, namorados e amigos. No sentido de ampliar a participação das mulheres, os pesquisadores relataram a utilização das

novas tecnologias, como estratégia utilizada pelas praticantes que através de redes sociais divulgam suas conquistas motivando mais mulheres a aderirem.

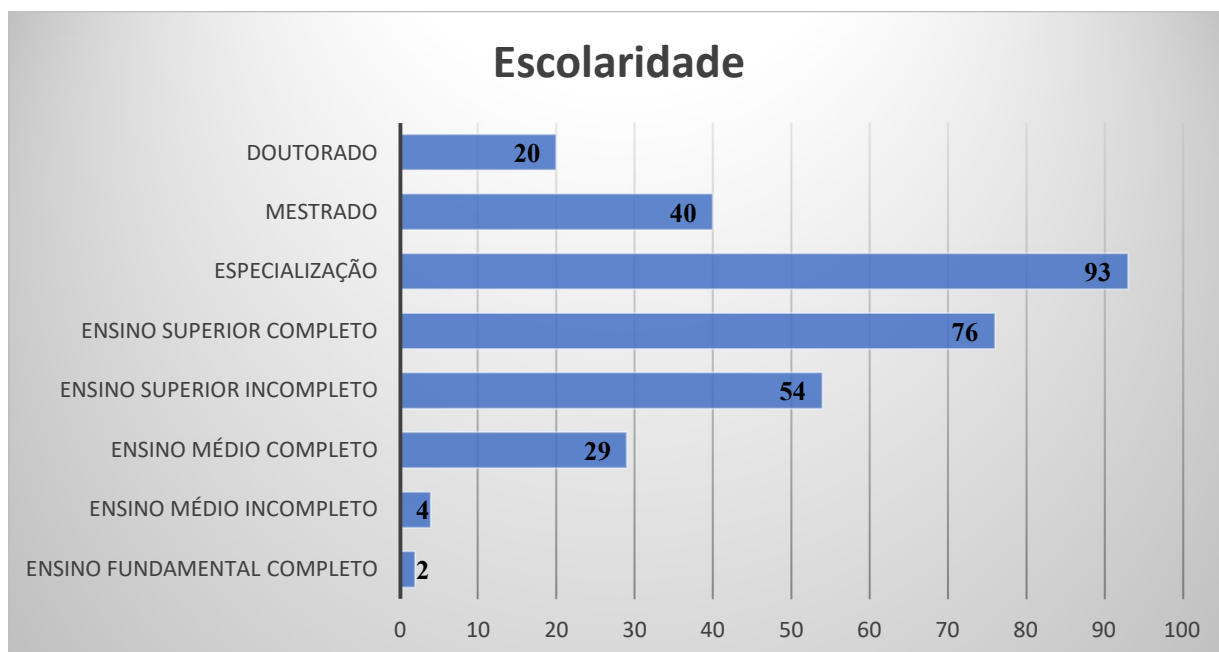
Gráfico 4 – Estado civil dos respondentes



Fonte: O autor, 2021.

A maioria do público pesquisado se encontrava casado seguido de perto por solteiros, dado de equilibra as participações se comparamos com os dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2010), onde os praticantes eram em maioria de solteiros. (Gráfico 4).

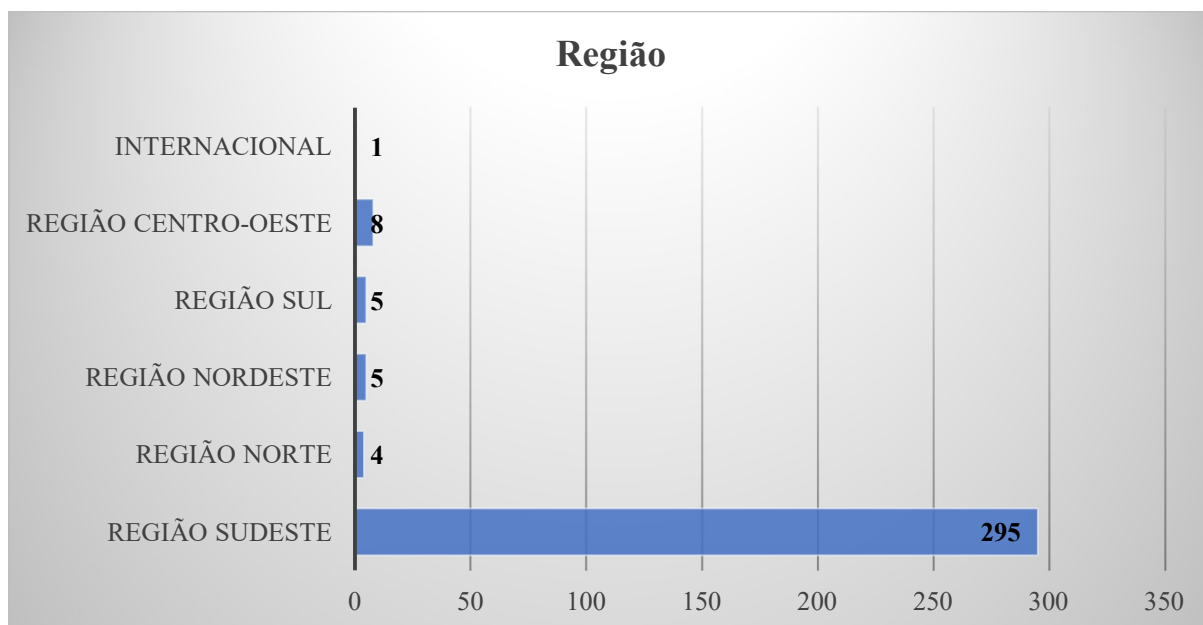
Gráfico 5 – Grau de escolaridade dos respondentes



Fonte: O autor, 2021.

Quanto ao grau de escolaridade dos pesquisados no gráfico 5, 72% já possuíam graduação completa, especialização, mestrado e doutorado. Dados que corresponderiam com o público jovem e de adultos do gráfico um, entendendo os anos escolares. Quando comparado com Amaral (2005), a nível de graduação (Ensino Superior completo) se manteve, mas, ocorreu aumento de escolaridade nos praticantes que só possuíam o ensino fundamental, em que, em Amaral (2005) eram 3,5%, caiu para 0,6%. Significando também um aumento de 2,5% nos praticantes com ensino médio. Ao compararmos com os dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2010), também ocorreu aumento significativo na escolaridade de que busca a aventura.

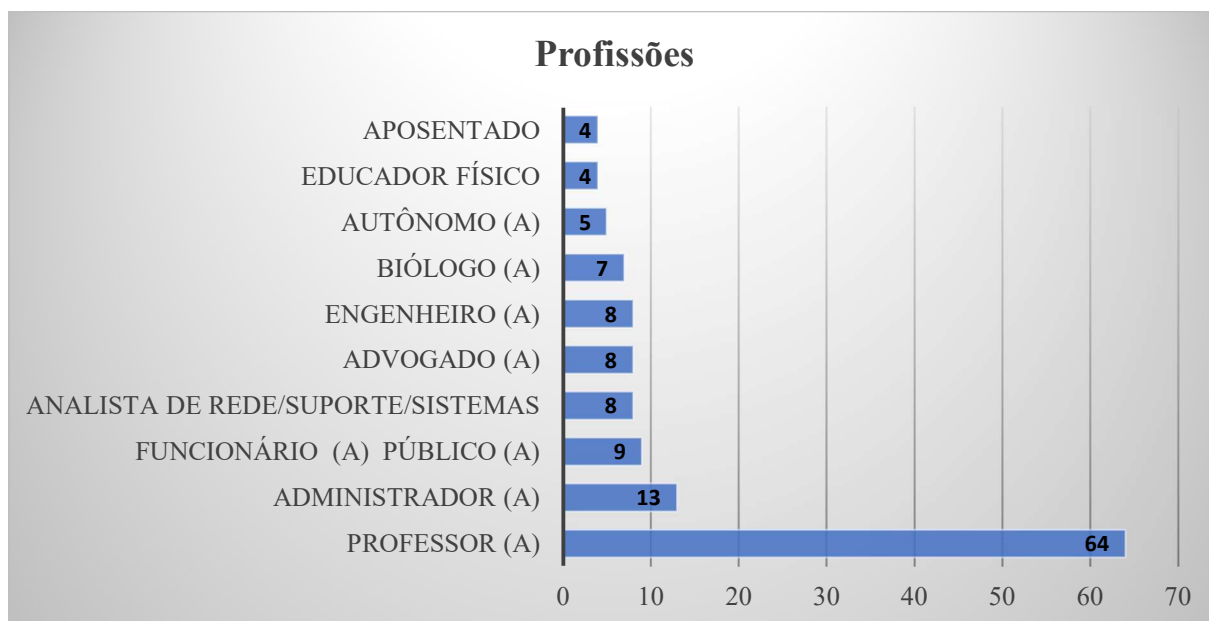
Gráfico 6 – Localização de residência dos respondentes



Fonte: O autor, 2021.

Quanto à região de domicílio dos respondentes apresentada no gráfico 6, a grande maioria se encontra na região sudeste, o que pode ter ocorrido pelos meios de comunicação, divulgação do questionário e conhecimentos do pesquisador, o que não inviabiliza os dados obtidos. Ocorreu uma resposta internacional vinda da Espanha, à qual não descartamos, pois o momento de pandemia era internacional e os objetivos poderiam ser alcançados mesmo com praticantes de outros países.

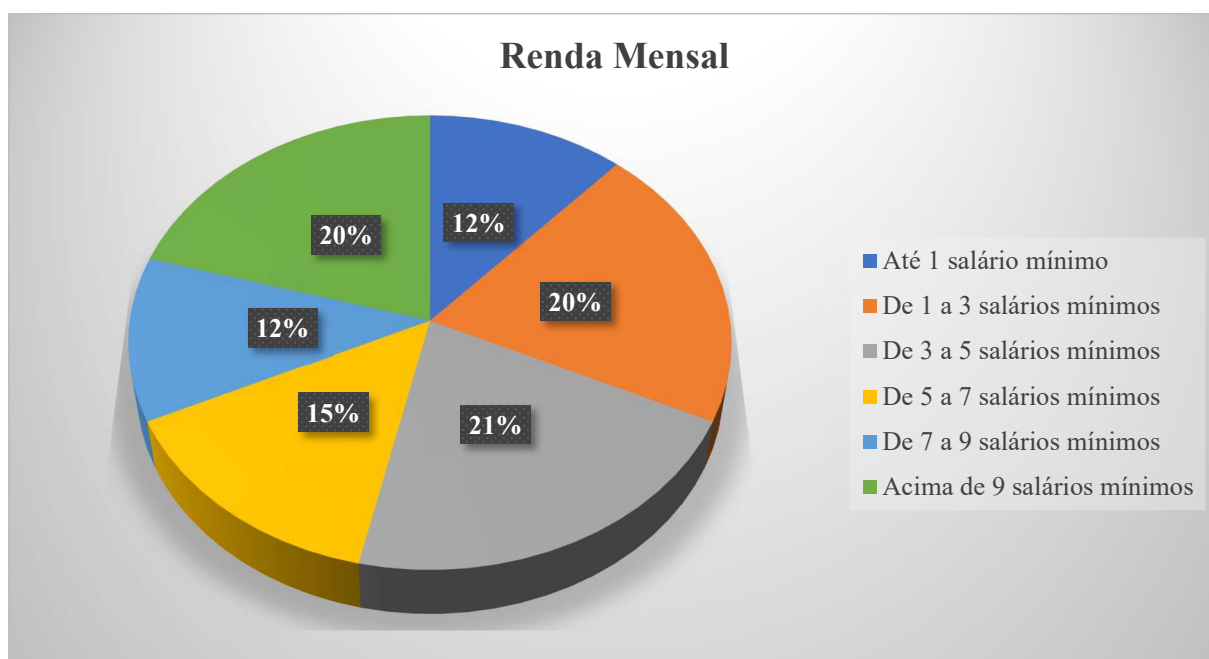
Gráfico 7 – Profissões mais citadas pelos respondentes



Fonte: O autor, 2021.

Quanto às profissões que aparecem no gráfico 7, apresentamos as 10 mais citadas, as demais se encontram no apêndice D. Considerando o pesquisador como professor e sua rede de contato de docentes, entendemos um número maior de respondentes nesta profissão, o que representou 20% do público respondente.

Gráfico 8 – Faixa de renda mensal dos respondentes



Fonte: O autor, 2021.

No gráfico 8 se apresentou a faixa salarial dos respondentes praticantes de atividades/esportes de aventura, onde observamos um ligeiro predomínio da faixa salarial de três a cinco salários, seguida de perto, 1% a menos somente, das faixas de um a três e acima de nove salários mínimos. Havendo desta forma um equilíbrio dentre essas faixas de renda, sendo um pouco superiores às demais.

Na relação entre profissão e renda (gráficos 7 e 8), parece existir uma melhora quando comparado as narrativas de Pimentel e Saito (2010) e Schwartz *et al.* (2016). Entretanto, não como sendo empecilho para a prática, mas, como fator limitante ao acesso a equipamentos e materiais específicos. Pois, o fator renda pode ampliar chances de superação destes obstáculos.

Os dados sociodemográficos obtidos correspondem aos dados encontrados por Amaral (2005), Pimentel e Saito (2010), Silva e Marcelos (2019), principalmente no tocante a faixa etária, escolaridade, profissão, poder aquisitivo e gênero. Observamos uma continuidade destes eixos de 2005 a 2021, determinando que os respondentes se enquadravam nestes eixos. Embora tenhamos vislumbrado em nossa pesquisa um avanço feminino nestas práticas, com 41% do público sendo de mulheres, a faixa etária, escolaridade e poder aquisitivo ainda são categorias de adesão fortes.

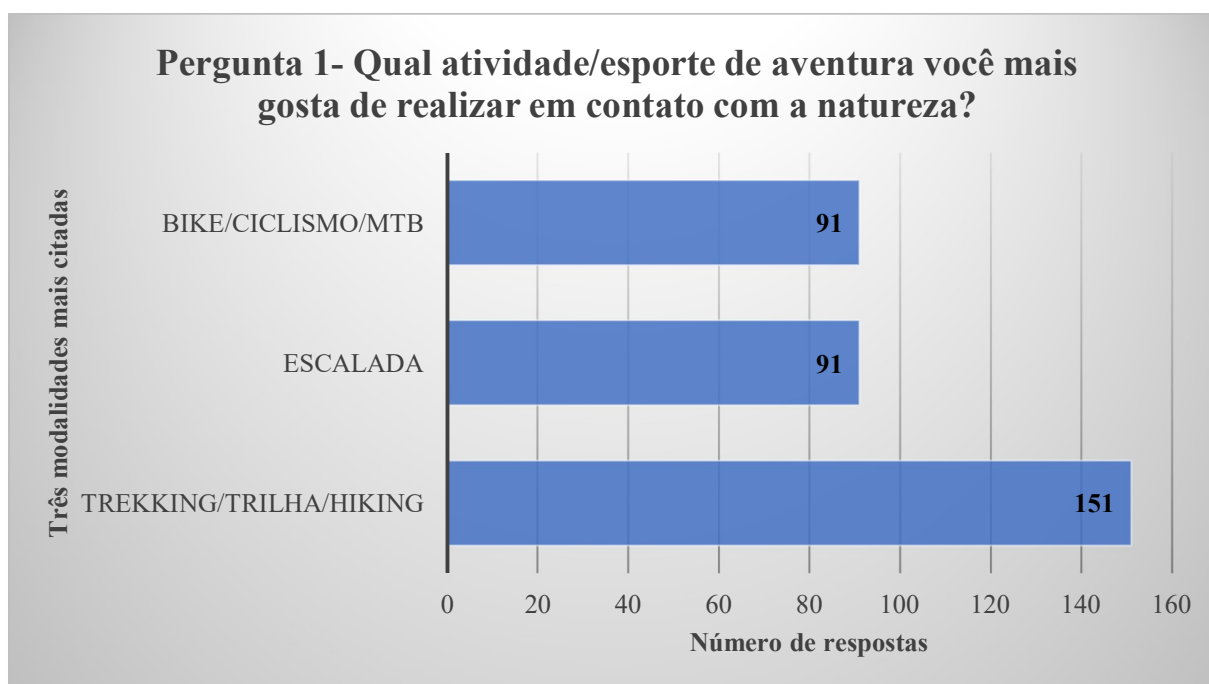
A inclusão das práticas corporais de aventura na BNCC pode vir a somar nesse processo com as faixas etárias mais novas. Já adesão de idosos é estudada por Pereira *et al.* (2016), onde encontrou possível melhora no equilíbrio, benefícios biopsicossociais (aumento da confiança, domínio corporal, motivação e inserção social); em Viscardi *et al.* (2018) a intervenção prática demonstrou aumento na reflexão socioambiental, de forma positiva pensaram sobre as questões ambientais (degradação, conservação, comportamento, sentimentos e ações relacionadas a natureza), e em aspectos pontuais (desmatamento, poluição e falta de água). Estas ações podem vir contribuir na figura de novos adeptos a práticas de atividades/esportes de aventura.

Dentre as respostas apresentadas nos gráficos de 1 à 8 encontramos alguns dados que ligam-se as limitações da pesquisa, pelo modelo *online* que foi aplicado o questionário obtivemos um certo perfil de respondentes, podendo estar alinhado com as redes sociais e meios de divulgação da pesquisa pelo pesquisador, como: a maior parte dos respondentes ser professor, da região sudeste, o nível de escolaridade, não retratando especificamente a realidade da população brasileira. Dados estes que não inviabilizam a pesquisa, porém indicam as limitações do método aplicado, pois, acabou restringindo-se a um público que o pesquisador alcançou através das redes sociais.

4.4 Modalidades dos praticantes, mídia e pandemia

Dos gráficos 9 ao 30 trataremos dos dados relativos às atividades/esportes de aventura, mídia e pandemia. As perguntas em seus formatos de envio podem ser encontradas no Apêndice B.

Gráfico 9 – Atividades/esportes de aventura mais praticados pelos respondentes



Fonte: O autor, 2021.

O gráfico 9 apresenta as modalidades que os respondentes mais praticavam, neste questionamento, podiam responder até três opções, sendo as mais citadas: trilhas, escalada e ciclismo. As demais respostas sobre as modalidades praticadas se encontram no apêndice E.

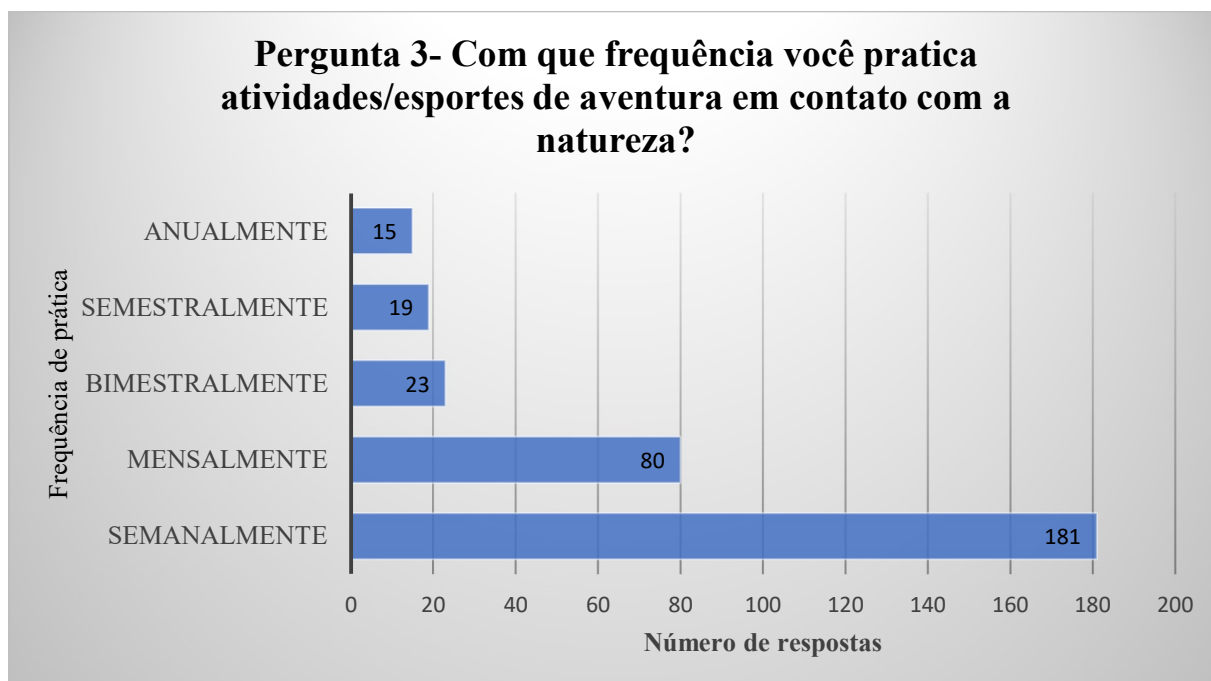
Gráfico 10 – Tempo de prática dos respondentes



Fonte: O autor, 2021.

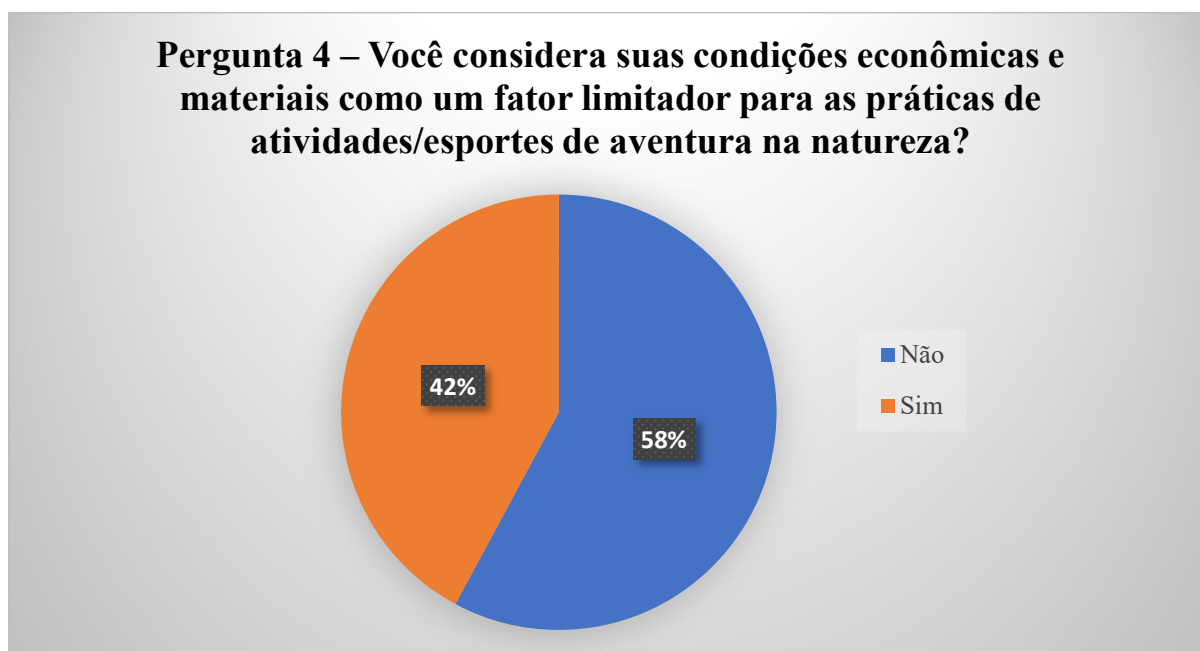
Um dado significativo e que mostra o engajamento dos respondentes com as práticas de atividades/esportes de aventura transpareceu na pergunta do gráfico 10, em que 214 dos 318 respondentes disseram que praticam a mais de cinco anos, um total de 67,3% do universo alcançado pela pesquisa. Já o gráfico 11 abaixo, apresenta que a maioria dos praticantes realizam a atividades com frequência semanal.

Gráfico 11 – Frequência de prática dos respondentes



Fonte: O autor, 2021.

Gráfico 12 – Fator econômico/material que poderia limitar a prática dos respondentes

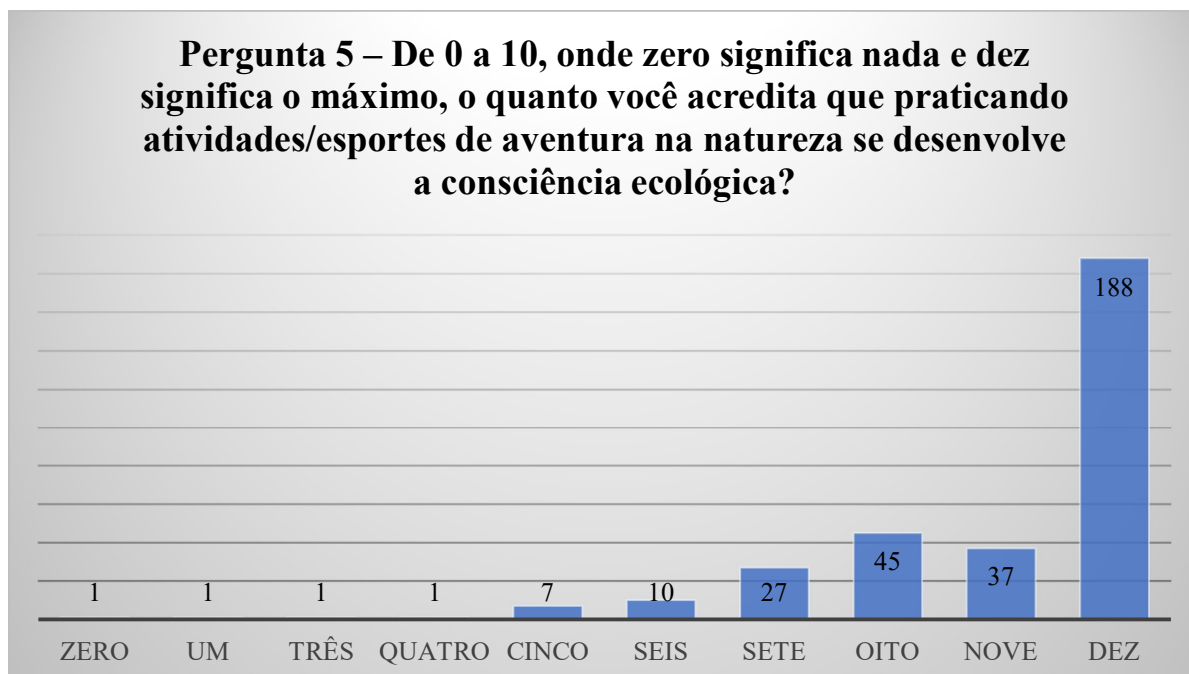


Fonte: O autor, 2021.

O gráfico 12 buscou entender as condições econômicas dos praticantes/respondentes do questionário e a possibilidade desse fator limitar o acesso e a realização das atividades/esportes

de aventura na natureza. Já o gráfico 13 abaixo aponta que a grande maioria acredita que estas atividades podem ajudar a desenvolver uma consciência ecológica.

Gráfico 13 – Desenvolvimento da consciência ecológica na visão dos respondentes



Fonte: O autor, 2021.

Considerando as respostas das perguntas de um (1) à cinco (5) do questionário (dos gráficos 9, 10, 11, 12 e 13), é possível traçar um perfil dos respondentes como comprometidos com as atividades, realizando com frequência semanal, a maioria preferindo trilhas, escalada e andar de bike, acreditando que se desenvolve a consciência ecológica nestas atividades e 58% não consideram o fator econômico limitante para a prática. Assim, ao comparar o público que respondeu ao nosso questionário com os dados de pesquisas nos trabalhos de Amaral (2005), Saito e Giuliano (2010) e Schwartz *et al.* (2016), entendemos ocorrer uma evolução econômica por parte dos praticantes, o que poderia facilitar a compra de equipamentos e materiais para realização de suas aventuras, deixando claro que se aplica aos respondentes desta pesquisa.

Quanto ao aumento dos praticantes de atividades/esportes de aventura na natureza observa-se a maior realização de trilhas, o que pode estar atrelado aos dados do ICMBio (2020), de aumento na visitação a unidades de conservação federais. Entretanto, esta escolha pode ser dada pela menor complexidade da prática em termos técnicos e de equipamentos. Essa busca pela natureza é descrita por Bruhns (2009) como duas vertentes que se completam possuindo

variações que podem sugerir amplos debates, a primeira vertente se relaciona ao turismo e a segunda a aventura.

Para Bruhns (2009) as questões ambientais, o ecologismo que vinham sendo desenvolvidos no século XIX, ganham efeitos contraditórios durante o século XX. A defesa da natureza, a defesa pelo mundo selvagem, vem como uma crítica à sociedade que procura aumentar seu poder capital em detrimento de avanços tecnológicos, econômicos e industriais. Esse efeito direciona ecologistas, ambientalistas e defensores da natureza em prol de sua preservação, surgindo organizações como: - World Wildlife Fund (WWF), que significa “Fundo Mundial da Natureza”, uma organização e conservação global; - Greenpeace, representando um desejo de um mundo mais verde e mais pacífico; - SOS Amazônia, criada em 1980; em 1999 começa a ser debatido o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC), que foi criado oficialmente por lei no Governo Federal em 2000.

Esses caminhos levaram a um “novo naturalismo” propondo um novo entendimento entre a cultura e a natureza, baseando-se em: - O homem é produtor e produto do seu meio; - a natureza faz parte da história; - a relação com a natureza não se opera de forma individual, mas coletiva. Com estas três bases o “novo naturalismo” desenvolve a ideia de “uma sociedade onde a natureza representa uma possibilidade de desenvolvimento humano envolvendo a participação social” (BRUHNS, 2009, p. 12).

Osborne da Costa (2006) explica que essa mudança sugere não vermos mais a Terra como uma coisa que nos pertence, e sim uma comunidade social da qual fazemos parte e devemos criar relações de amor e respeito. Tecendo uma série de narrativas entre documentos oficiais e conceitos ligados a educação ambiental, a autora chama a atenção para o termo Educação para o Desenvolvimento Sustentável (EDS). Onde todos sem exceção (governantes, escolas, ambientalistas, trabalhadores, sociedade de uma forma geral), são convidados a dialogar sobre a natureza envolvendo valores e respeito pelo planeta convivendo em harmonia para o bem das futuras gerações.

De 2005 a 2014 ocorreu a Década da Educação para o Desenvolvimento Sustentável (DEDS), iniciativa que propunha a promoção de conceitos éticos por intermédio da educação criando perspectivas de mudanças de estilo de vida em prol de um futuro sustentável (UNESCO, 2005). Entretanto essa promoção envolvia o tripé (sociedade, meio ambiente e economia), em que Porretti (2011) descreve um embate entre correntes de ambientalistas e preservacionistas, onde a sustentabilidade aparece como um discurso de globalização, como uma forma de reconstrução da ordem econômica, ou seja, em detrimento de problemas

ambientais a produção em larga escala não consideraria a escassez de recursos naturais. Observamos que esta ação é confusa até mesmo para especialistas.

Descrevendo o envolvimento da educação física neste processo, Osborne da Costa (2006) tecia as relações de parcerias entre as Nações Unidas e o esporte, que favorece o desenvolvimento de valores, confiança, disciplina, cooperação e respeito. Desta forma o movimento olímpico aproxima-se do meio ambiente como um terceiro pilar do olimpismo, que por sua vez, busca uma filosofia harmônica através do esporte entre os seres humanos, contribuindo para um mundo melhor. Mas, mesmo com esta relação a autora alerta para momentos em que o esporte também é poluidor do meio ambiente, desta forma, legitima-se o espaço da natureza como sendo utilizado pelos esportistas merecendo cuidado e zelo por este ambiente.

Antes de avançarmos cabe retornar a Bruhns (2009), que irá ao encontro de que a natureza sendo utilizada para as práticas de atividades/esportes de aventura muitas vezes acaba sendo utilizada como pano de fundo, como cenário. Porretti *et al.* (2021), fala sobre os riscos e desafios dos esportes praticados na natureza, que são controlados por equipamentos e escolhas individuais, devendo ser uma operação racional, baseada na ética humana, social e ambiental.

Bruhns (2009) ainda alerta que nem sempre a pessoa que está na natureza vai para “pisar na lama”, integrar-se com o meio ambiente, muitos a procuram para colecionar um troféu, atingindo aquele cume ou superar seu limite. Essas informações também se traduzem em dados do turismo, pois proteger a natureza para o ecoturismo revela um lado lucrativo.

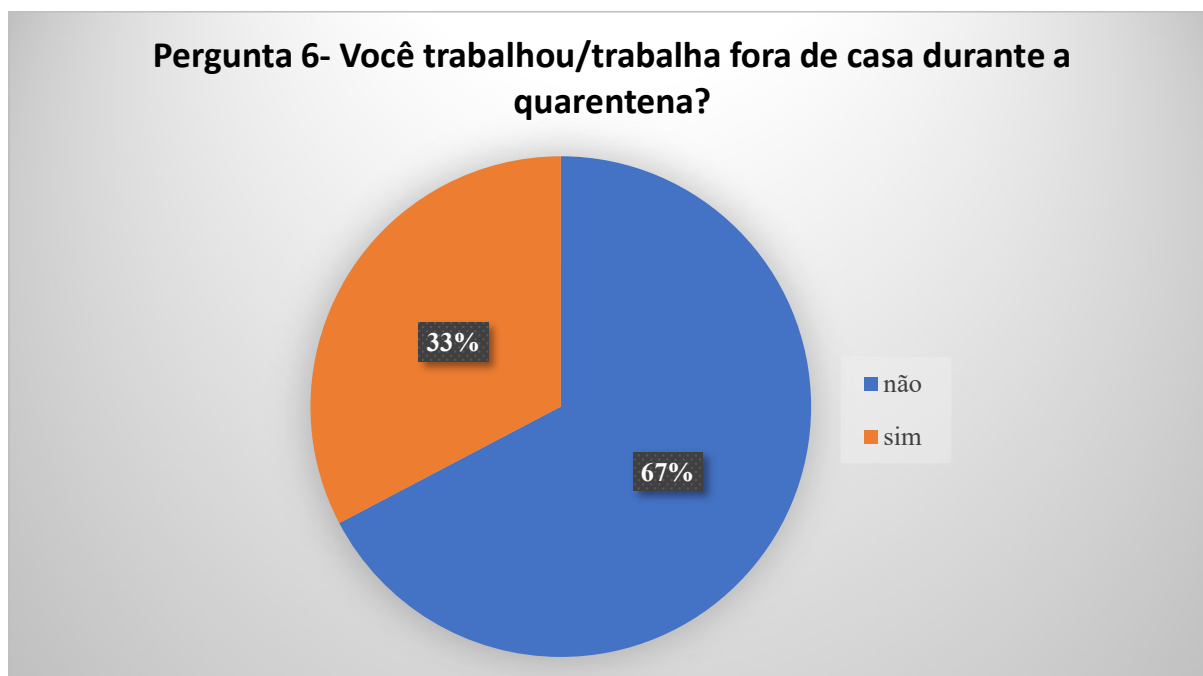
Atualmente a agenda 2030 propõe 17 objetivos para o desenvolvimento sustentável, onde o tripé continua a ser o econômico, social e ambiental. Os objetivos são integrados e indivisíveis, sendo eles: 1) Erradicação da pobreza; 2) Fome zero e agricultura sustentável; 3) Saúde e bem-estar; 4) Educação de qualidade; 5) Igualdade de gênero; 6) Água potável e saneamento; 7) Energia limpa e acessível; 8) Trabalho decente e crescimento econômico; 9) Indústria, inovação e infraestrutura; 10) Redução das desigualdades; 11) Cidades e comunidades sustentáveis; 12) Consumo e produção responsáveis; 13) Ação contra a mudança global do clima; 14) Vida na água; 15) Vida terrestre; 16) Paz, justiça, e instituições eficazes; 17) Parcerias e meios de implementação (PLATAFORMA AGENDA 2030, 2021).

Esse trajeto descrito acima mostra o cuidado para com o ambiente utilizado pelos praticantes, entretanto, Cavasini (2020), considera uma relação de troca, onde o ser humano estabelece uma relação direta com os desafios, com seus medos, suas conquistas e superações, ampliando-se assim a percepção de qualidade de vida, controle de saúde, valorização do meio ambiente e melhoria das relações do ser humano com o meio ambiente.

Como aparece nos dados de nossa pesquisa a maior parte dos respondentes procurou realizar suas atividades em trilhas, mantendo esta relação direta com o meio natural. O que nos leva a relação apontada com o gráfico 12, onde na visão dos respondentes se desenvolve a consciência ecológica nestas práticas. Neste ponto, cabe uma reflexão de utilização desses espaços, como aponta Le Breton (2006) o corpo lúdico em fruição e contato com a natureza evidencia uma possibilidade de potencialização de novos sentidos, ampliando sua percepção de sujeito no mundo, o corpo na natureza então estaria apto a novos prismas de realidade.

Os praticantes levantados nesta pesquisa passavam por um período ainda maior de comprometimento com o próximo e com o meio ambiente, devido ao risco de contágio do novo coronavírus. Dados que iremos explorar abaixo, em uma tentativa de compreensão dos caminhos que foram seguidos durante o processo de pandemia com isolamento social. Perguntamos no gráfico 14 quem trabalhou fora de casa? Necessitando assim de deslocamento, ou seja, os respondentes que não tiveram a opção de trabalhar remotamente. O que refletiu 67% trabalhando remotamente ou com atividades suspensas e 33% com necessidade de deslocamento.

Gráfico 14 – Trabalho durante a pandemia

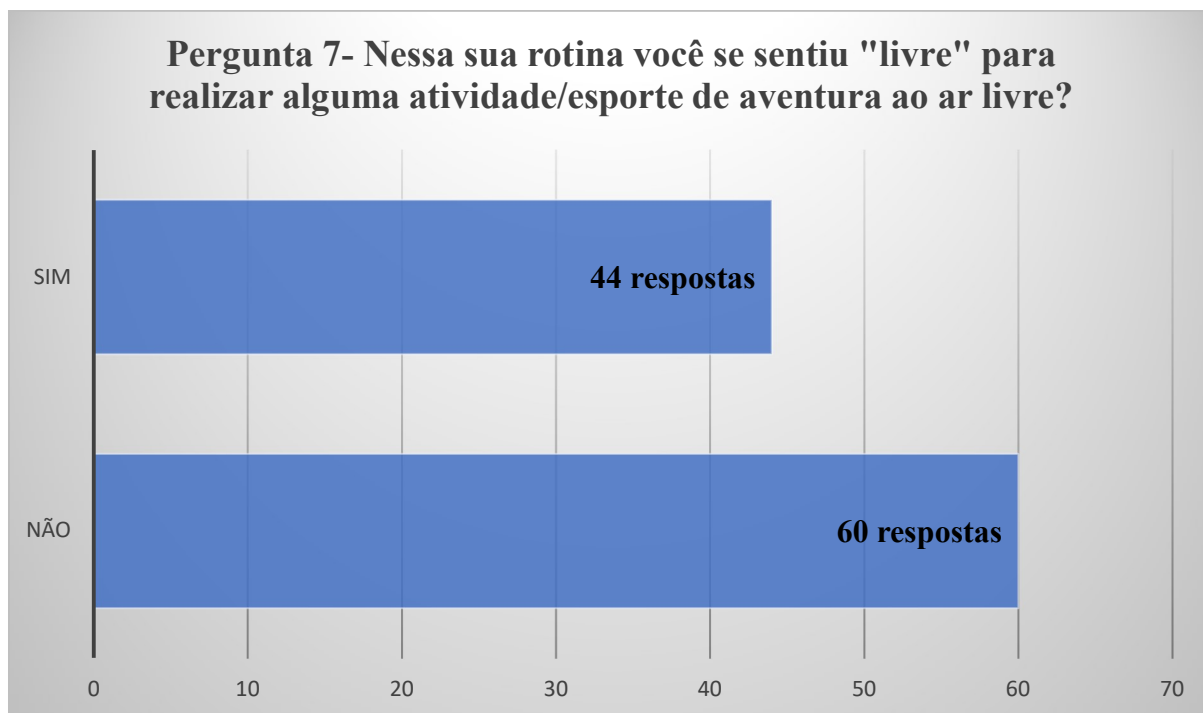


Fonte: O autor, 2021.

Com base nos respondentes que estavam trabalhando fora de casa, buscamos identificar se essa rotina de deslocamento interferiu de maneira a sentirem-se livres para continuidade de

suas práticas de atividades/esportes de aventura na natureza. Identificamos 44 respondentes que se sentiram livres para continuar suas práticas (gráfico 15).

Gráfico 15 – Relacionado aos respondentes que estavam trabalhando fora de casa

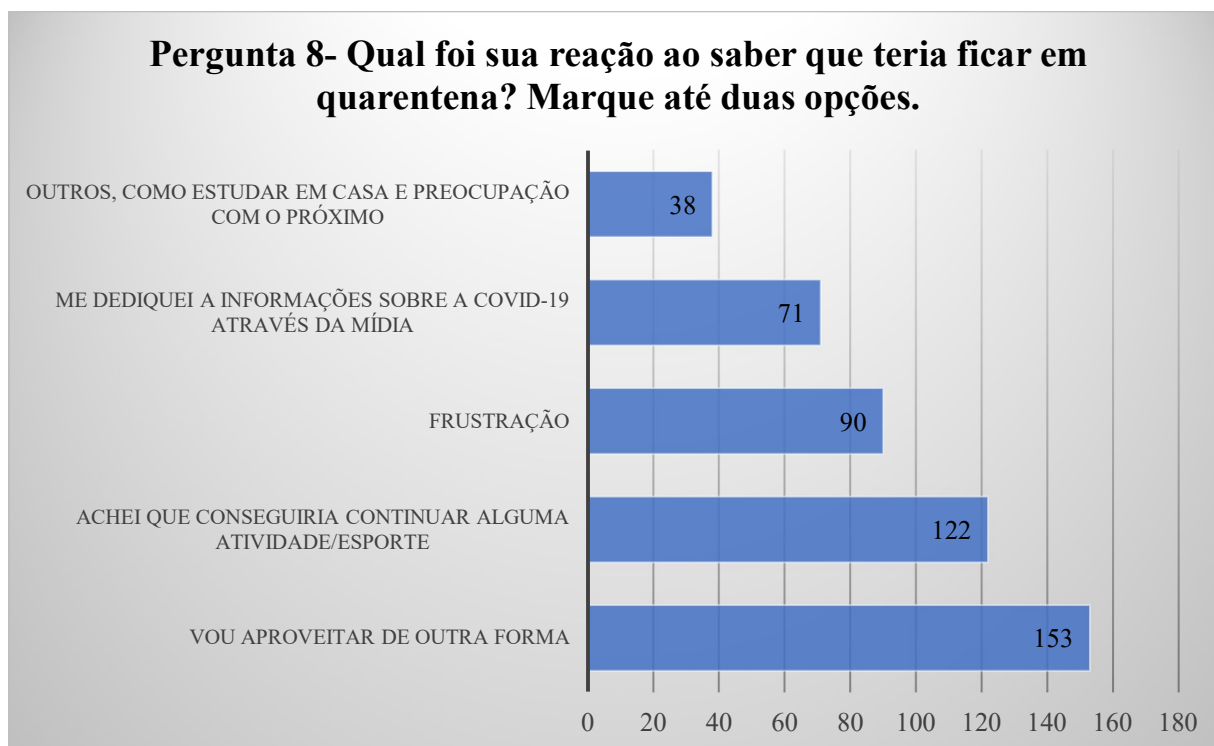


Fonte: O autor, 2021.

Nos gráficos 14 e 15 identifica-se uma busca de continuidade de rotina por 44 respondentes ao questionário, o que segundo Kotler (2015) ao falar de estado de fluxo nas atividades de aventura poderia representar um componente de sensação de controle pessoal sobre a situação. Por outro lado, o estado de fluxo exige concentração e atenção aos pequenos detalhes, fazendo com que se sentissem confiantes em continuar suas práticas.

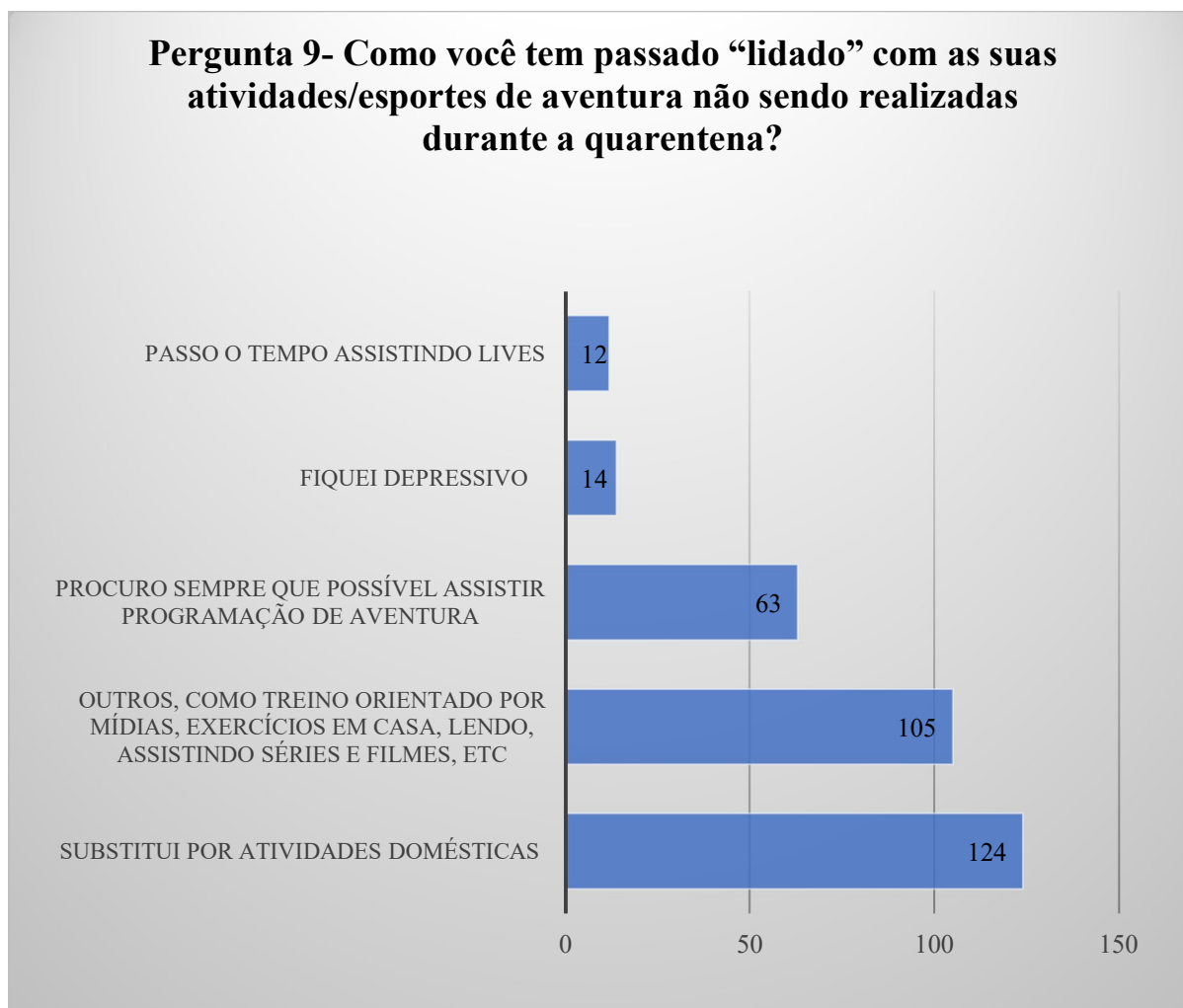
Ao perceber a situação de se isolar socialmente algumas reações poderiam levar a variadas possibilidades de encarar a vida e os afazeres, indo contra a uma rotina de atividades laborais de trabalho e de atividades físicas. O gráfico 16 abaixo buscou identificar este sentimento no intuito de entender as primeiras reações. Onde a maioria pensou em aproveitar de outra forma a rotina da quarentena, seguido de um sentimento que conseguiriam continuar as atividades físicas normalmente. Este dado a época do levantamento refletia a consequência do isolamento, em que Bezerra *et al.* (2020) ao investigar o comportamento da população brasileira durante o isolamento social identificou como aspecto mais afetado o convívio social. O que de certa forma poderia corroborar nossos achados.

Gráfico 16 – Reações dos respondentes à quarentena



Fonte: O autor, 2021.

Gráfico 17 – Reações, substituições e utilização do tempo durante a pandemia



Fonte: O autor, 2021.

O gráfico 17 acima identificou que a maioria dos respondentes substituiu as práticas de atividades/esportes de aventura por atividades domésticas, seguido de outros, sendo os mais citados: treino orientado por mídias, exercícios em casa, leitura, assistindo filmes e séries. Entretanto, o gráfico 18 abaixo, mostra que 66% dos 318 respondentes mantiveram atividades físicas em casa durante o isolamento social no período pesquisado. Sobre esse aspecto Bezerra *et al.* (2020) em sua pesquisa identificou que os que praticavam atividade física revelaram os menores índices de estresse e também os melhores índices de regularidade no sono.

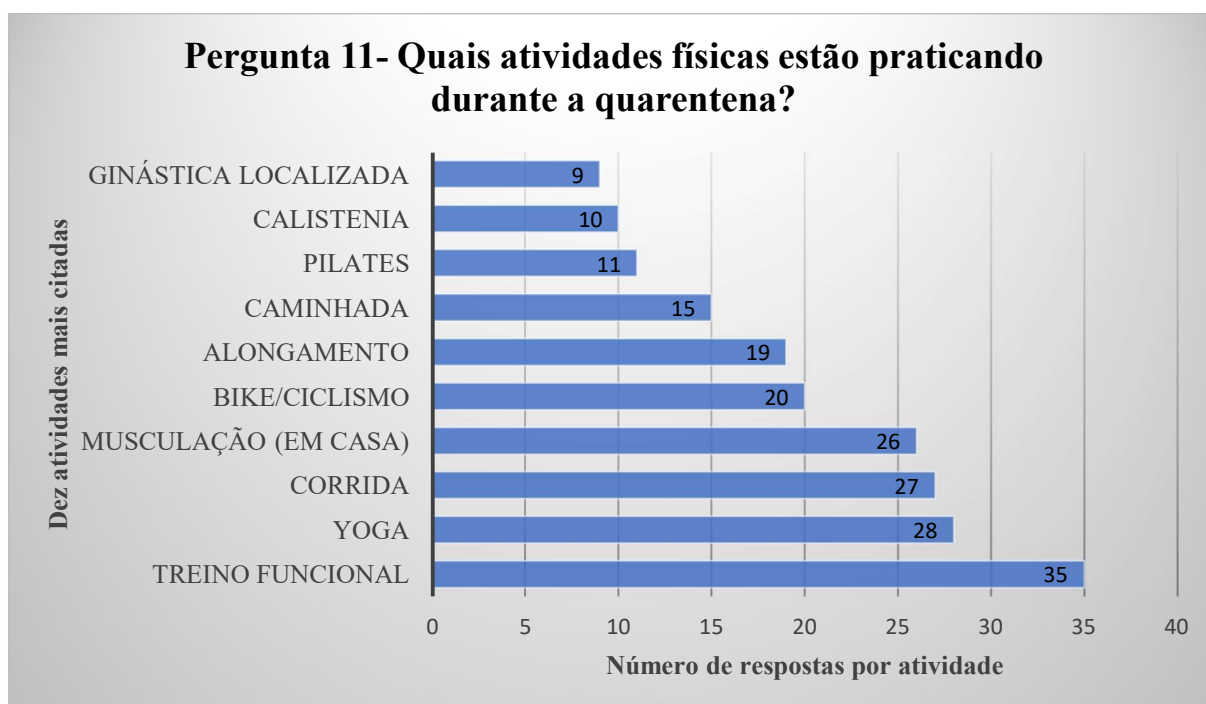
Gráfico 18 – Práticas de atividades físicas durante a quarentena



Fonte: O autor, 2021.

No gráfico 19 abaixo encontramos os 66% que disseram manter uma rotina de atividades físicas em casa, em que, o treinamento funcional foi citado pela maioria como sendo esta prática, seguido de yoga. Porém, algumas atividades descritas pelos respondentes deixaram certa dúvida quanto à realização em casa, como corrida e ciclismo por exemplo. Essa rotina mantida durante a pandemia pela pesquisa de Bezerra *et al.* (2020), pode ter sido um fator que contribui para o enfrentamento do isolamento social.

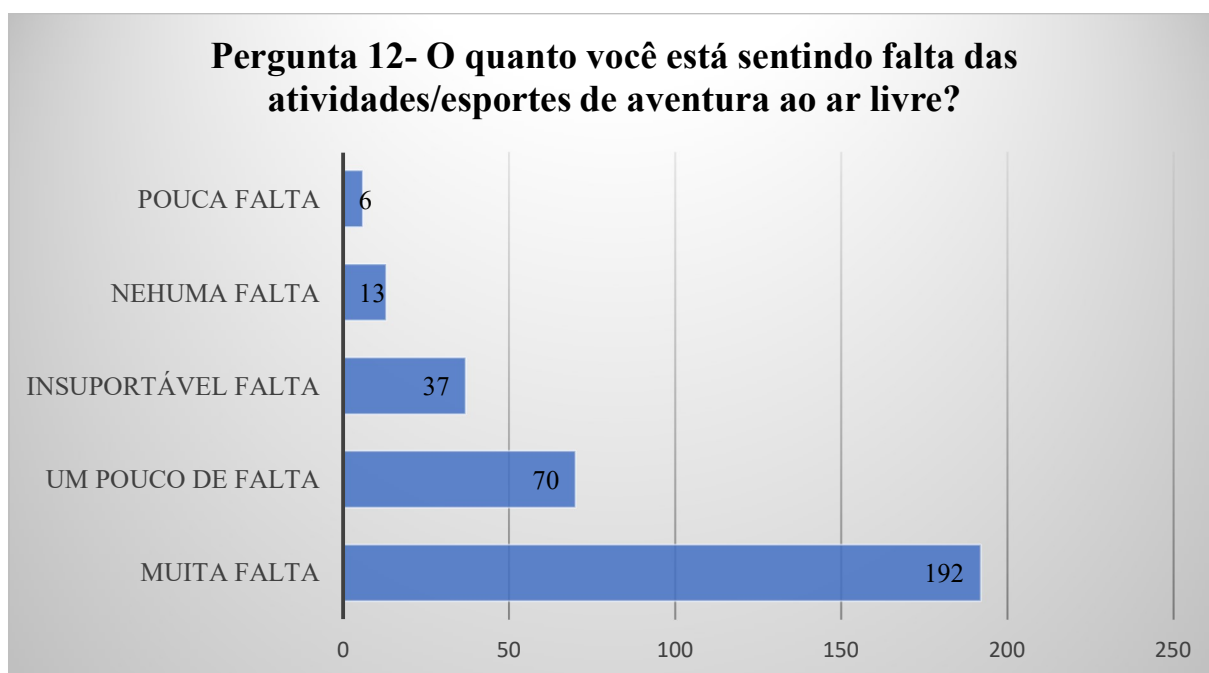
Gráfico 19 – Atividades físicas realizadas durante a quarentena pelos 66% dos respondentes que continuaram a se exercitar



Fonte: O autor, 2021.

Em uma tentativa de medir o nível de falta das atividades/esportes de aventura ao ar livre por conta da pandemia, o gráfico 20 expõe 192 respondentes que sentiram muita falta.

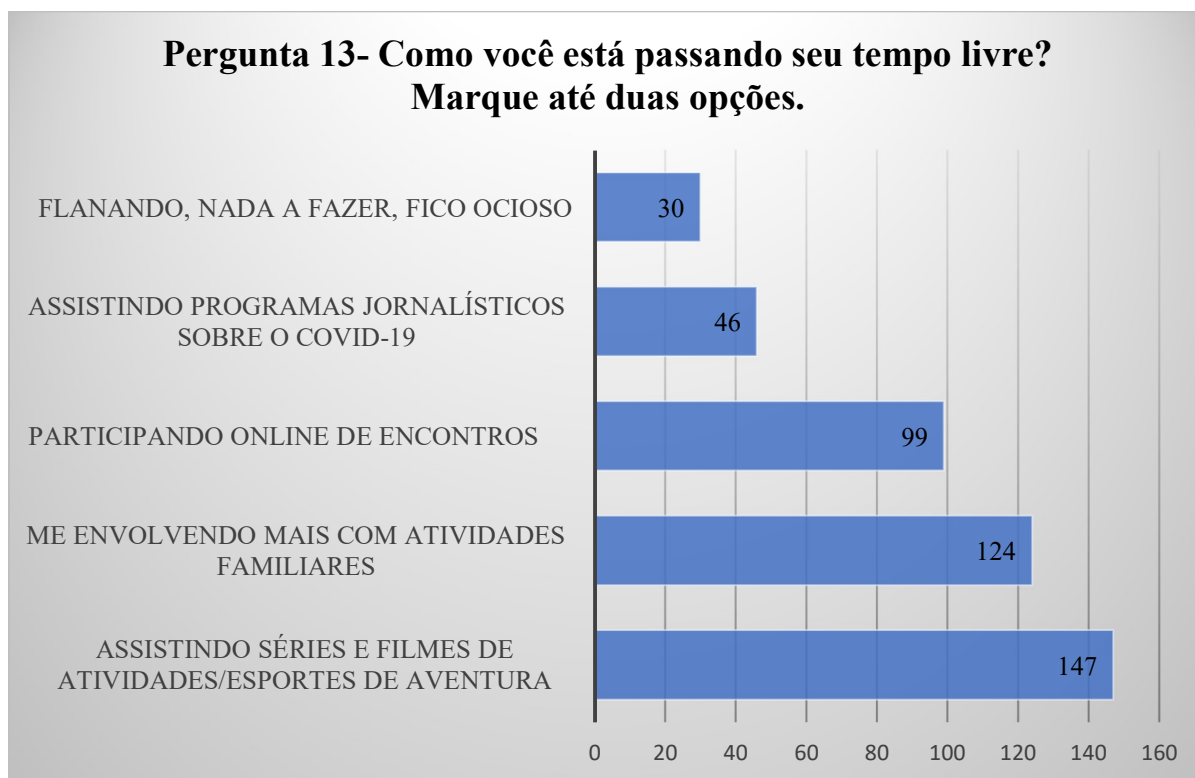
Gráfico 20 – Nível do sentimento de falta das atividades/esportes de aventura durante a quarentena pelos respondentes



Fonte: O autor, 2021.

Depois de compreender a expectativa criada pelo isolamento social, buscamos no gráfico 21 abaixo entender como os pesquisados estavam ocupando seu tempo livre durante a pandemia, em que prevaleceram os conteúdos midiáticos.

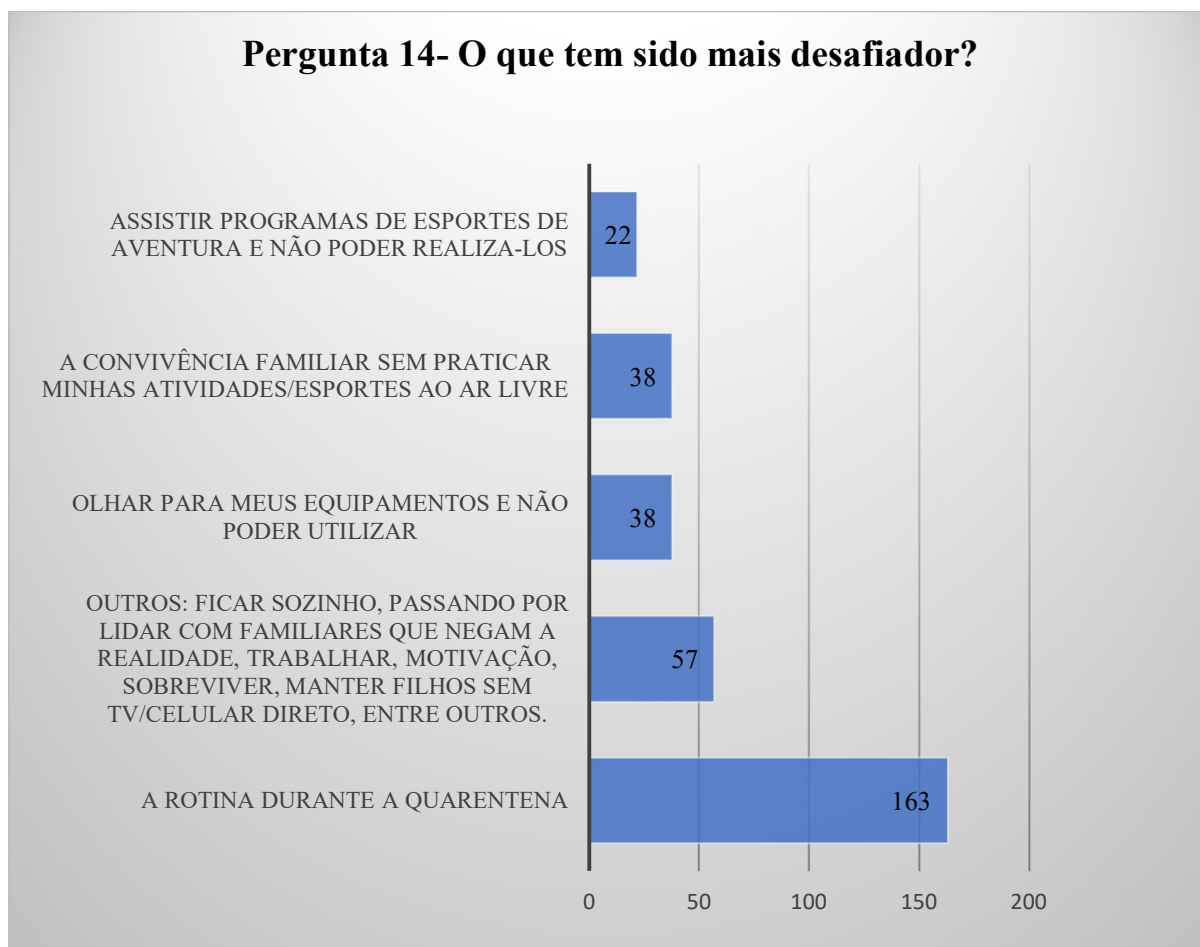
Gráfico 21 – Ocupação do tempo livre durante a pandemia pelos respondentes



Fonte: O autor, 2021.

A pandemia causada pelo novo coronavírus mexeu com a rotina de todos os brasileiros, estudantes em casa, aulas *online*, celebrações virtuais, trabalhos em *home office*, utilização de máscaras, higienização constante das mãos, enfim, novos hábitos que não estávamos acostumados. Desta mesma forma a rotina dos respondentes também foi alterada, o que aparece no gráfico 22 como sendo o problema mais desafiador.

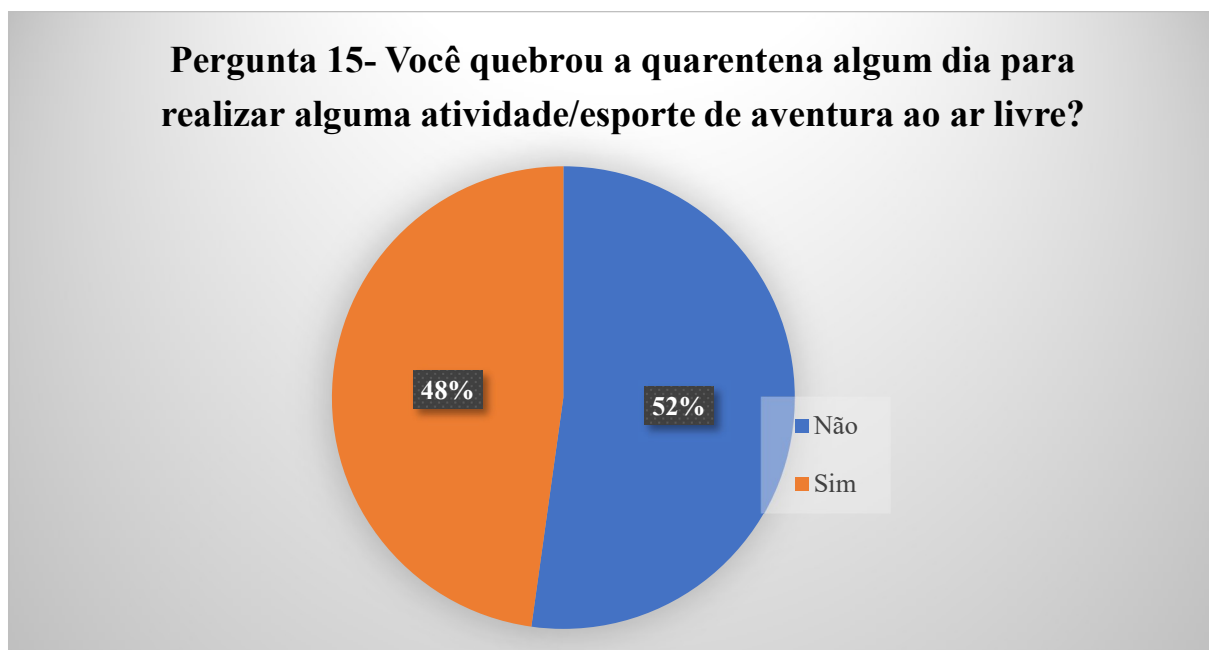
Gráfico 22 – O que foi mais desafiador durante a quarentena para os respondentes



Fonte: O autor, 2021.

Explorando um campo de incertezas, mas compreendendo os desafios de se isolar, o gráfico 23 abaixo expõe se houve quebra da quarentena. Em que, 52% afirmam não terem realizado atividade/esporte de aventura ao ar livre.

Gráfico 23 – Resistência ou não à fase de isolamento



Fonte: O autor, 2021.

Em um esforço de diálogo e compreensão dos dados extraídos das respostas ao questionário sobre desafios e rotinas impostas pela pandemia, se estabelece uma relação de causa e efeito. Onde destacamos que o lazer e o esporte ocupam um papel social e recreativo importante na vida do ser humano, podendo relacionar-se à saúde, as emoções e sentimentos que emergem da excitação agradável provocada pelas atividades/esportes de aventura na natureza. Analisando, à luz de Elias e Dunning (1992),

A excitação que as pessoas procuram no seu lazer é, em certos aspectos, singular. Trata-se, em geral, de uma excitação agradável. Embora possua algumas características básicas em comum com a excitação que as pessoas experimentam em situações críticas sérias, revela qualidades específicas (ELIAS E DUNNING, 1992, p. 101).

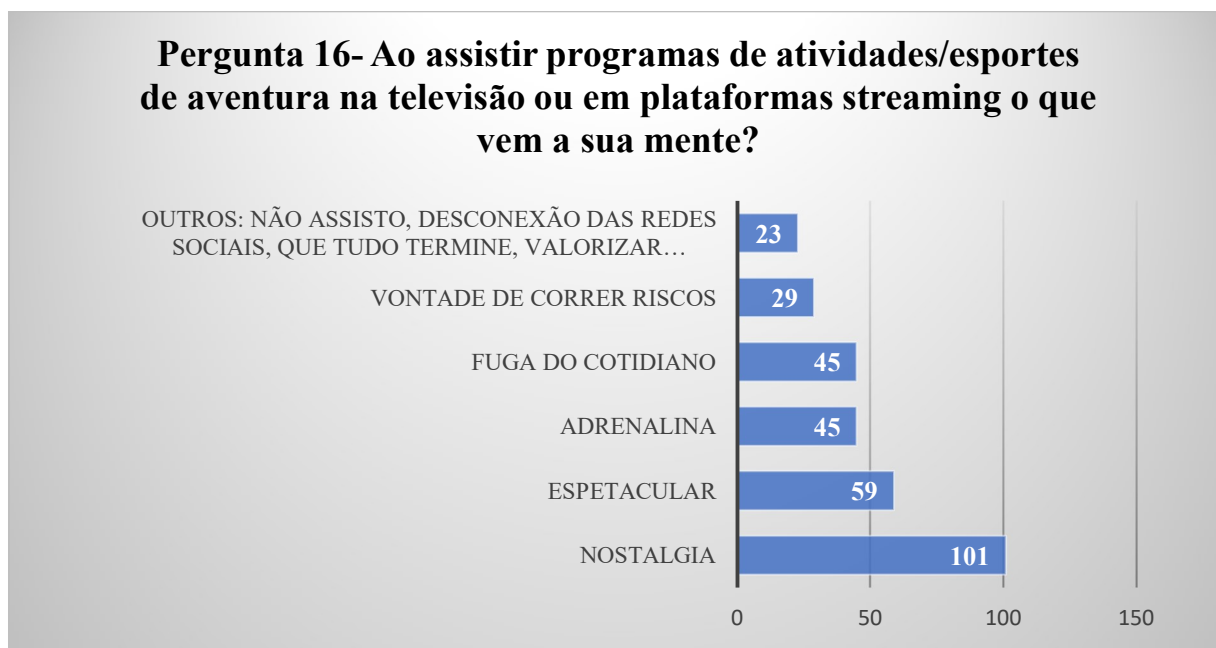
Assim o controle social exercido pela situação de crise de saúde humanitária nos indivíduos respondentes que agiam de forma bastante excitada ao realizarem suas práticas na natureza foram cerceados. Como aparece nos gráficos acima muitos procuraram outra forma de realização de atividades, outra forma de excitação, comprometeram-se com a situação de crise se isolando socialmente, o que poderia ser qualidades de comprometimento para consigo mesmo e o próximo. Na pesquisa de Bezerra *et al.* (2020) corrobora-se que a maioria dos respondentes foram comprometidos com o isolamento social.

Como apontam Elias e Dunning (1992), o lazer poderia ser classificado em um nível inferior quando comparado ao trabalho, e na situação de crise a busca da excitação também encontrou-se em segundo plano, seja pelo poder do estado ou nas respostas em que se privaram das práticas por conta própria. Entretanto, exceções desse controle ocorreram, sendo relatado que 48% dos respondentes (gráfico 23) foram em busca da excitação, quebrando a quarentena para realizar alguma atividade/esporte de aventura ao ar livre, pois relataram sentir insuportável falta ou muita falta destas práticas.

Poderíamos entender também a luz de Elias e Dunning (1992) que a presença da mídia como aparece no gráfico 21 seria um instrumento de controle da excitação, uma vez que substituíam a atividade prática pela visualização, pois a finalidade era compensar as tensões autocontroladas diariamente. O entendimento ligado à libertação das tensões ou à recuperação do desgaste do trabalho é substituído pela ideia de que a busca das pessoas é por uma espécie de excitação agradável que compensa as restrições impostas pela rotina diária imposta pela pandemia. Neste aspecto a mídia de aventura se fez presente e a realização de exercícios improvisados em casa como mostram os gráficos 21 e 19 respectivamente.

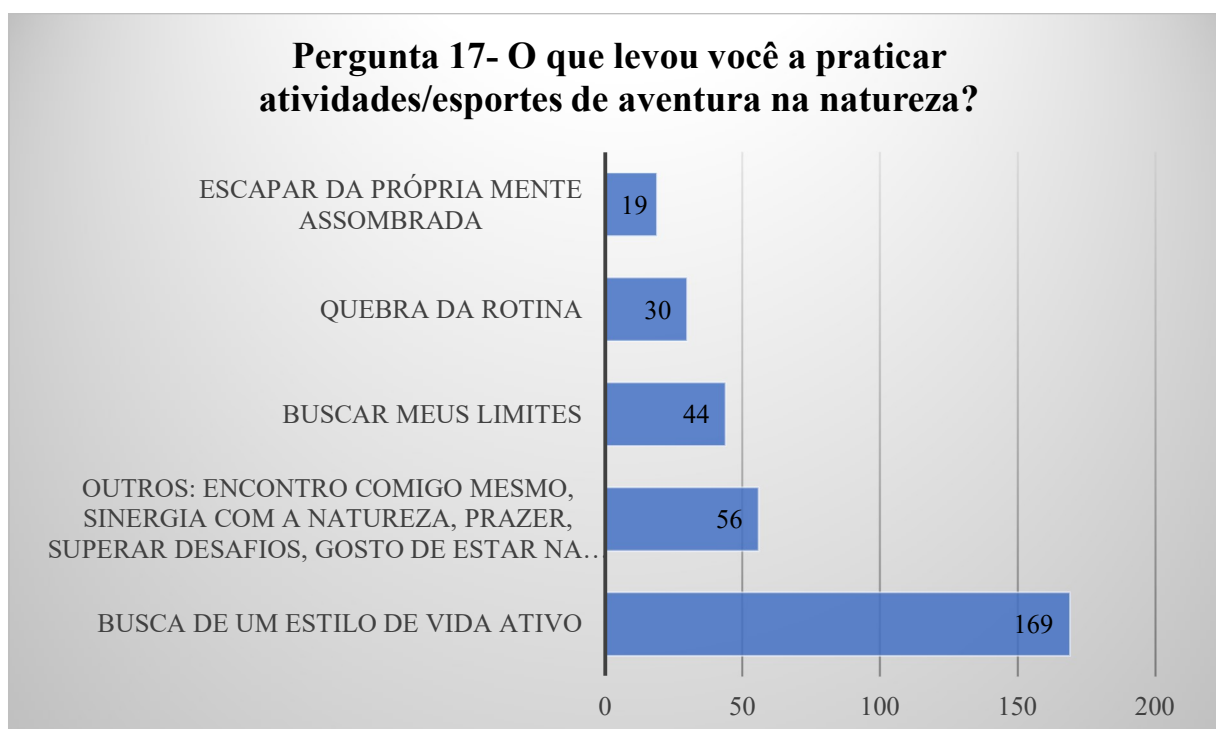
Adentrando um pouco mais ao campo midiático, as perguntas finais do questionário visam explorar o lado de possíveis influências, interferências e conjecturas no campo da aventura e mídia. Assim, o gráfico 24 abaixo expõe o sentimento percebido pelos respondentes ao assistirem programas de aventura na mídia durante a pandemia, em que nostalgia aparece primeiro lugar seguido de espetacular e adrenalina. Se por um lado à imposição de não práticas pela pandemia pudessem gerar nostalgia, por outro espetacular e adrenalina fazem parte do discurso midiático ligado a aventura segundo Betti (1997), deixando claro que estes discursos perduram até os dias de hoje e influenciando nos sentimentos dos pesquisados.

Gráfico 24 – O que vem à sua mente assistindo programação de atividades/esportes de aventura



Fonte: O autor, 2021.

Gráfico 25 – Motivo que levou à prática pelos respondentes

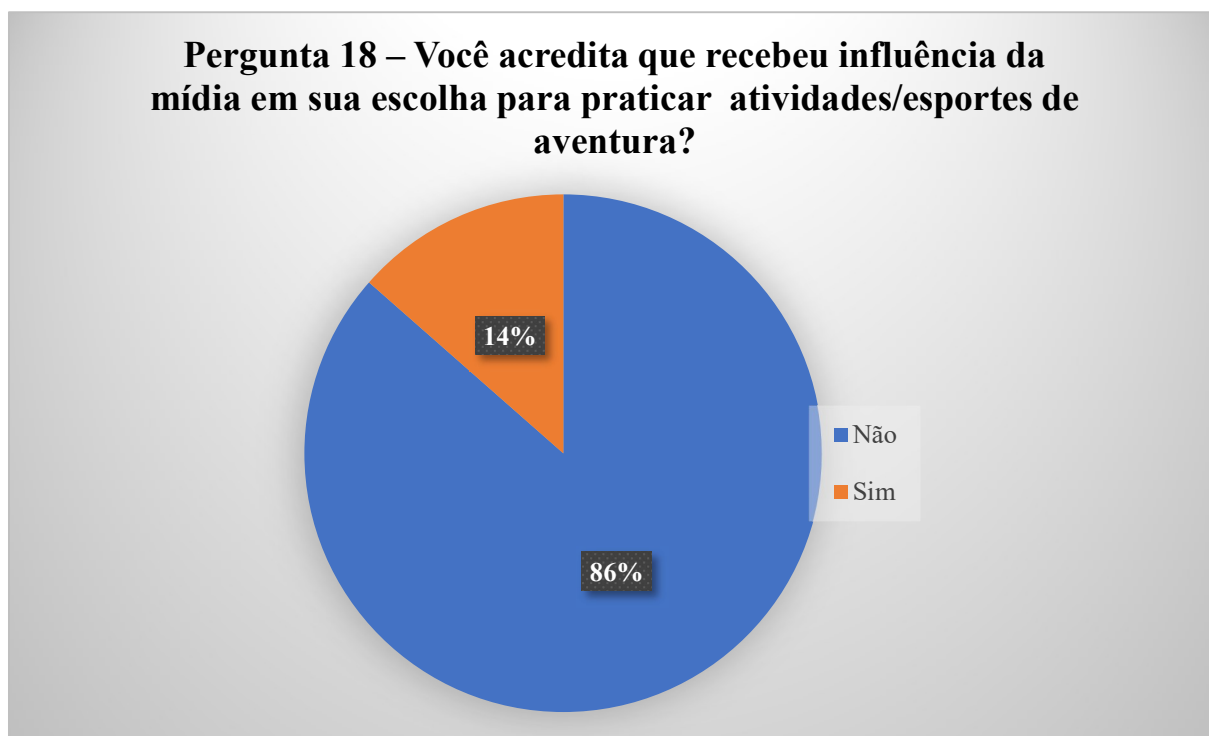


Fonte: O autor, 2021.

No gráfico 25 acima, se expõe os motivos que levaram os respondentes a praticar atividades/esportes de aventura na natureza. Onde a questão da saúde, busca de um estilo de

vida ativo aparece como resposta da maioria, seguida de outros motivos citados pelos respondentes, como: encontrar-se consigo mesmo, sinergia com a natureza, prazer, superação de desafios, gostar de estar em contato com a natureza.

Gráfico 26 – Influência da mídia na busca pela prática



Fonte: O autor, 2021.

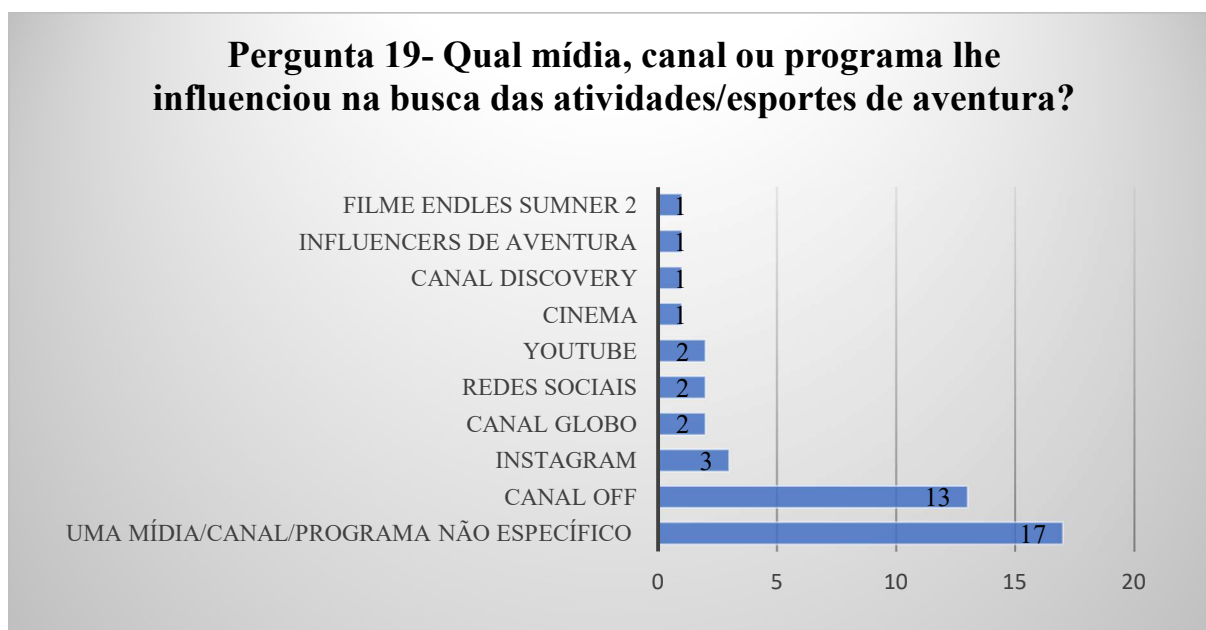
A mídia aparece como influenciando 14% dos respondentes na escolha pela prática das atividades/esportes de aventura, como vemos no gráfico 26 acima. Embora tenhamos narrado um envolvimento da mídia com esportes de aventura na introdução deste capítulo, e Bourdieu (1997) indique uma influência da mídia como tendência a buscar telespectadores para sua audiência, o fato de assistir programas televisivos sobre atividades/esportes de aventura não influenciou a escolha da prática para grande maioria, 86% dos respondentes.

No gráfico 27 abaixo, constata-se quais mídias mais entusiasmaram os 14% dos respondentes que se disseram influenciados, onde a maioria não especifica um canal, programa ou mídia, seguido de 13 respondentes que apontam o Canal *Off*. Neste sentido chama a atenção ser um canal fechado, por assinatura, estabelecendo uma relação de não democratização de acesso a estas atividades/esportes via mídia. Como aparece no questionamento de um dos respondentes como veremos mais à frente, “falta mais exposição dos esportes de aventura na

TV aberta”. Todavia a questão financeira também pesa na escolha pela prática, como apontam Pimentel e Saito (2010) um gargalo seria a condição econômica.

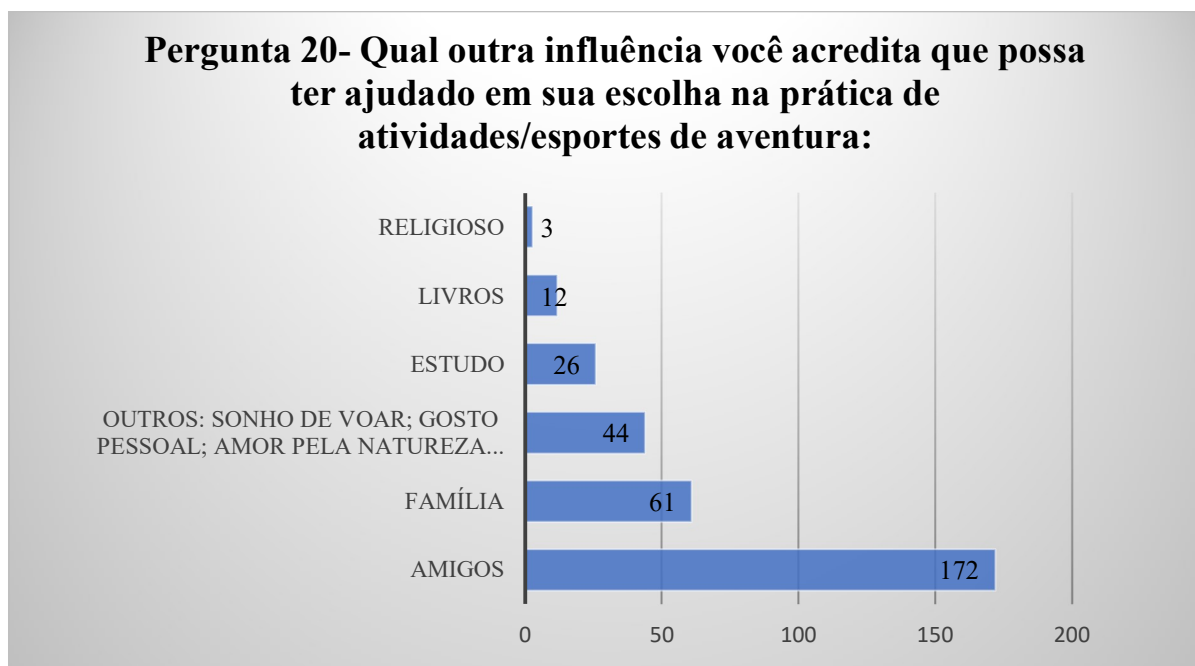
Schwartz *et al.* (2016) explica que o alto custo com equipamento e viagens ainda é um caso para ser repensado, mas, no horizonte escolar Pereira (2019) comenta ser possível superar estes obstáculos com criatividade e inovação.

Gráfico 27 – As mídias que influenciaram 14% dos respondentes na busca pela prática



Fonte: O autor, 2021.

Gráfico 28 – Os motivos que influenciaram 86% dos respondentes na busca pela prática

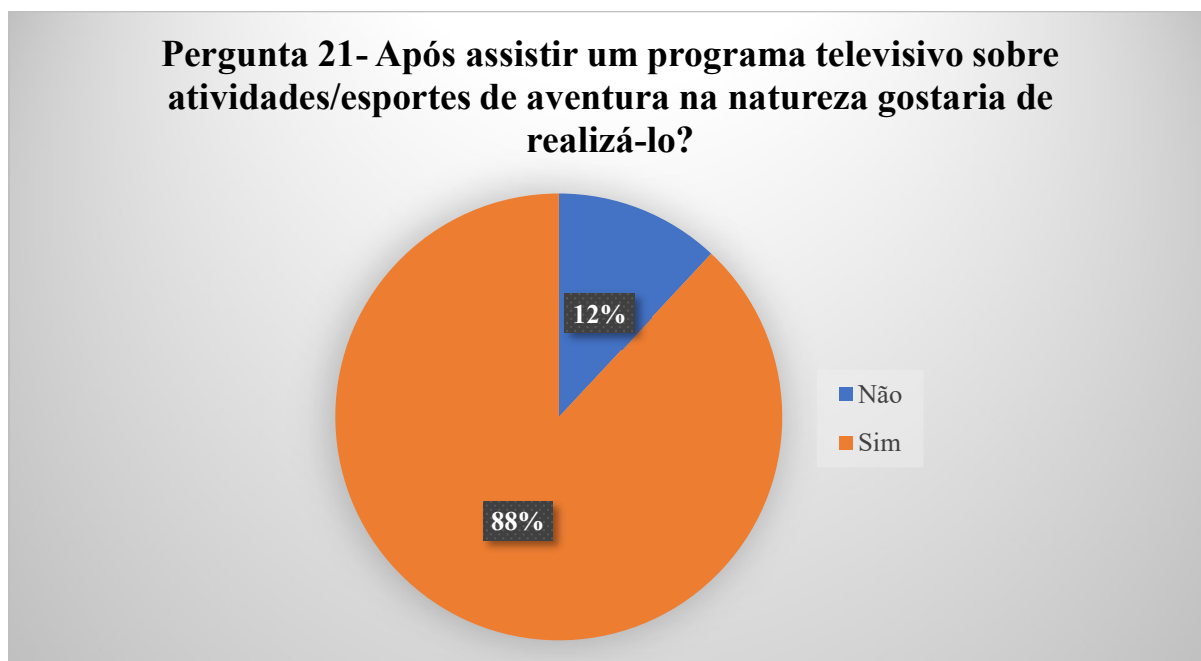


Fonte: O autor, 2021.

Quanto aos que responderam não ao gráfico 26, ou seja, não receberam influência da mídia em sua escolha, buscamos entender quais outros motivos os levaram à prática de atividades/esportes de aventura, de modo que, no gráfico 28, vemos 172 respondentes afirmarem que receberam influência de amigos e 61 da família.

O gráfico 29 abaixo mostra que 88% dos respondentes após assistir um programa televisivo sobre atividades/esportes de aventura na natureza gostaria de realizá-lo.

Gráfico 29 – Reação ao assistir um programa de atividades/esportes de aventura



Fonte: O autor, 2021.

A mídia que trabalha os esportes de aventura não se apresentou como principal influenciadora na escolha pela prática das atividades/esportes de aventura na natureza, embora seja marcante sua evolução na última década. No entanto, 88% ao assistir uma programação televisiva disse sentir vontade de realizá-la. A maioria dos respondentes apontou a busca de um estilo de vida ativo como motivo de realização, sendo a principal influência na escolha pelas práticas vinda dos amigos, dados que se corroboram com os estudos de Schwartz *et al.* (2016). Mas, 14% dos respondentes (44) disseram que receberam influência da mídia diretamente na escolha de sua prática, direcionando a atenção aos conteúdos mais específicos.

Ao compararmos os dados dos gráficos 26 e 29, podemos observar um valor dado a mídia que parece ser escondido nas respostas. Se 88% dos respondentes após assistir uma programação de aventura tem vontade de realizá-lo, porquê 86% se diz não influenciado pela mídia na escolha pela prática? Percebemos uma incoerência nas respostas, deixando nas entrelinhas um poder de escolha não revelado, ou melhor velado, que pode ter ocorrido pela mídia sim. A mídia que segundo Neto (2006) e Hernandes (2017) trabalham sentimentos e estratégias de fidelização de espectadores poderiam também estar despertando relações ambíguas.

Jambeiro (2002) e Marchi (2017) apontam para um entendimento de que a mídia vem se aprimorando tecnológica e comercialmente, e acompanham os esportes desde a sua criação, utilizando seu conteúdo para promoção de entretenimento. Entretanto, Bourdieu (1997) alerta

para uma tendência a seguir a lógica do mercado, pois a mídia sofre pressões comerciais que direcionam a programação em busca de audiência. As ações jornalísticas que direcionam os conteúdos da programação midiática são comprometidas.

O fenômeno mais importante, e que era bastante difícil de prever, é a extensão extraordinária da influência da televisão sobre o conjunto das atividades de produção cultural, aí incluídas as atividades de produção científica ou artística. Hoje a televisão levou ao extremo, ao seu limite, uma contradição que obseda todos os universos de produção cultural. Quero falar da contradição entre as condições econômicas e sociais nas quais é preciso estar inserido para poder produzir certo tipo de obras... A televisão leva ao extremo essa contradição na medida em que sofre mais que todos os outros universos de produção cultural a pressão do comércio, por intermédio do índice e audiência (BOURDIEU, 1997, p. 51-52)

Tomando como linguagem esportiva os Jogos Olímpicos, Bourdieu (1997) fala do Comitê Olímpico Internacional (COI) como uma grande empresa comercial, que trabalha com grandes marcas industriais e esportivas, direitos de patrocínio, associada a escolha de cidades olímpicas, grandes companhias de televisão, concorrência, direito de transmissão e grandes empresas multinacionais. Desenvolvendo objetivos claros de produzir um espetáculo, explorando economicamente a produção de campeões e ídolos esportivos, onde a construção social que envolve estes mecanismos são o público que assiste à programação.

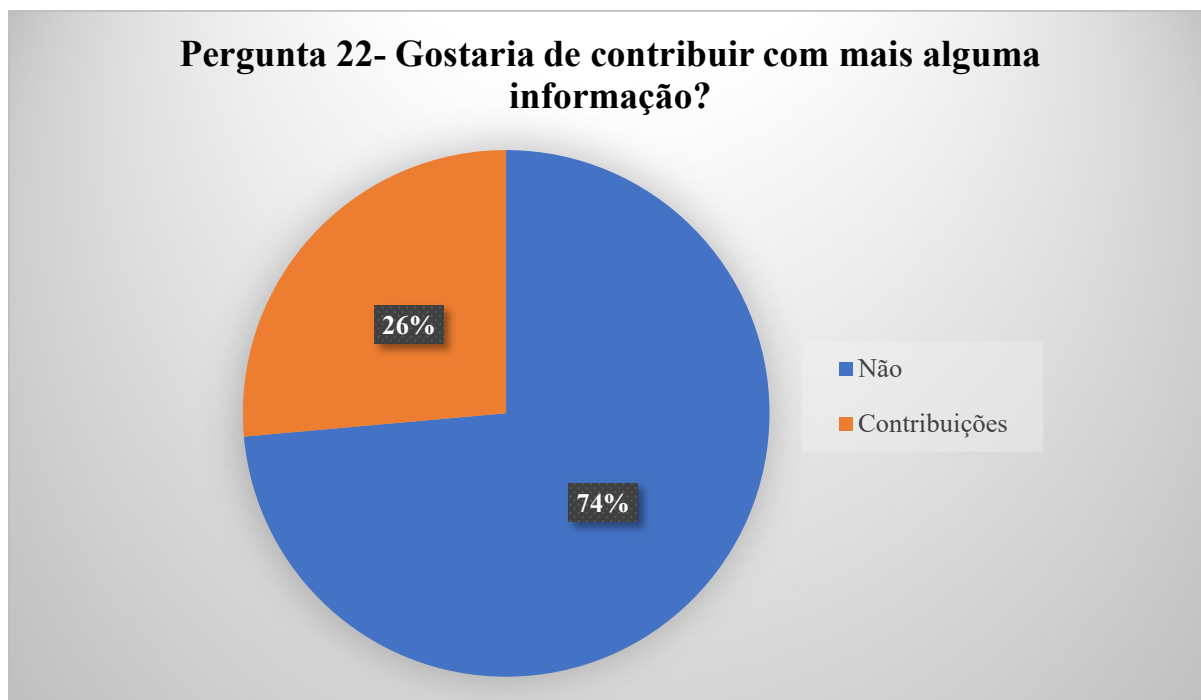
Neste formato os esportes de aventura considerados não competitivos em um primeiro momento, chegam para abastecer o mercado, ou seja, buscar o público jovem para assistir os Jogos Olímpicos, pois estes segundo COI andam um pouco afastados das programações dos Jogos (PORTAL BRASIL, 2016). Essa linguagem que é utilizada pela mídia como aponta Bourdieu (1997) pode estar começando a influenciar escolhas como aparecem nos dados de nossa pesquisa.

Mas do que a concepção de utilização da mídia por estes esportes, a excitação, o risco, a adrenalina, o desafio, presentes na aventura direcionam as escolhas dos praticantes, em que, outro modo de busca pela prática citado pelos respondentes é o contato com a natureza, o prazer de estar na natureza, o que se corrobora com Bruhns (2009), Osborne da Costa (2006), que associam as questões ambientais presentes nos esportes de aventura.

Os respondentes embora se sentissem atraídos pela prática visualizada na TV e com vontade de realizá-la, poderiam estar sobre influência do discurso do imaginário, do paradisíaco que atrai pelas imagens (COSTA, 2000). Como apresenta Paixão (2018) essas práticas realizadas em meio natural trazem a natureza como cenário, privilegiam momentos de lazer, em que a motivação e os meios utilizados para o seu desenvolvimento são outros. A presença

de equipamentos tecnológicos e sofisticados, delimitação de espaços (ar, terra, água ou neve) podem apresentar-se como limitações ou afirmações.

Gráfico 30 – Contribuições dos respondentes



Fonte: O autor, 2021.

Na tentativa de ampliar mais ainda o diálogo com os pesquisados, perguntamos encerrando nosso questionário, quais contribuições ainda gostariam de oferecer? Sendo esta questão aberta e não obrigatória (gráfico 30), 26% dos respondentes manifestaram-se de diversas formas. Para melhor compreensão destas falas, elas foram organizadas em duas categorias, questionadoras e reflexivas. Abaixo apresentamos algumas destas falas:

Quadro 7 – Contribuições dos respondentes (respostas discursivas)

Questionadoras	Reflexivas
Falta mais exposição dos esportes de aventura na TV aberta;	A natureza está agradecendo na quarentena;
Espero novas perspectivas num período pós-pandemia, de maior envolvimento com o coletivo;	As atividades ao ar livre influenciam num estilo de vida;
Precisamos ter cuidado com a influência midiática, nem tudo é belo como exposto. Existem riscos, vocação, talento e preparo. A vida não é um filme com roteiro. Sem falar em essência...	Programas de TV e Streaming nos traz informações sobre as belezas naturais do mundo. De uma forma ou de outra influencia na vontade de estar em contato com a natureza ou praticar esportes ao ar livre, no meu caso trekking;
Será mesmo que não é uma atitude prematura fazer com que as atividades e esportes de aventura façam parte dessa quarentena visto que a pandemia não vai acabar. Nossos esportes em sua grande maioria não geram multidões e quando o governo afrouxar a quarentena nós vamos todos sair de uma vez, o que seria bem pior que as pessoas poderem ir saindo aos poucos;	Faço duathlon em ruas (ciclismo e corrida) e como pedalo de MTB e gosto de trekking estava me organizando para participar de XTerra, aspectos financeiros poderiam impedir. Com a covid-19 tudo muda e temos que replanejar, porém não acho que meu mundo acabou, temos outras atividades para fazer, mesmo não sabendo quando voltaremos ao normal (se teremos a "normalidade" de volta e nem gostava do "normal"), e também temos com o que nos preocupar, assim sofrer por não estar treinando na rua soaria muito egoísta, esse momento vale também para refletir;
Praticar esportes de aventura é aceitar o risco inerente à atividade. O direito ao risco é particular e a decisão deve ser pessoal. Praticar seu esporte durante a pandemia é mais um fator de risco a ser considerado, e a decisão também deveria ser pessoal. Nesta pandemia específica, cuja taxa de letalidade não é tão alta, o papel do governo deveria ser de recomendação, não de proibição;	Este período faz a gente repensar em como estávamos antes, como podemos ter uma vida melhor, com menos, aproveitando o tempo de uma forma melhor, fazer as coisas com calma, se dedicar a um propósito diferente do seu cotidiano. Nossa vida tão corrida com trabalho atrás de trabalho não deixa a gente enxergar o quão belo é ter um ritmo mais devagar;
A pergunta acima deveria abrir para uma maior complexidade, não necessariamente fico com vontade de realizar qualquer prática esportiva, depende da prática e de outros fatores. Não tive vontade de surfar mesmo com a quantidade massiva de surf no Canal <i>Off</i> por exemplo, gostaria de ver mais sobre montanha, neste caso, a programação alimenta alguma coisa meu interesse;	Bem, do ponto de vista racional tenho acompanhado e recebido relatos e fotos de várias pessoas praticando, mesmo na pandemia. Sem sombra de dúvidas, minha atenção às reportagens sobre contágios aumentou. Sou adepto de Turismo de Aventura por mais de 25 anos, Guia, já realizei diversas Corridas de Aventuras, como atleta e organizador. Acredito mesmo que há um grande risco em realizar aventuras, neste momento. O contágio pode ser potencializado. Invariavelmente, as pessoas cospem ou seguram em pontos de apoio nas trilhas.

Questionadoras	Reflexivas
	Galhos, pedras e corrimãos naturais. Vi muito lixo nas trilhas. Detalhe, muitos usam a água em que comunidades utilizam rio abaixo. Portanto, não estou praticando e nem levando ninguém por conta do respeito às normas das autoridades. Fisicamente é legal, mas não estamos sozinhos;
Acho que essas atividades/esportes de aventura deviam ser estimuladas nas escolas o mais cedo possível;	Existe um livro chamado A última criança onde o autor Louv Richard menciona o Transtorno do Deficit de Natureza, talvez possa ser uma literatura que seja relevante para este trabalho. Gostaria de ressaltar que devido ao fato de eu residir em uma chácara e de ter locais ao livre para pedalar, que estou conseguindo praticar ciclismo. Aqui na cidade também existem alguns locais pouco visitados onde consigo pedalar utilizando a máscara;
Mais vídeos sobre escalada;	O dia de quebra da quarentena para escalar me consumiu com uma mistura de sentimentos: Prazer e Paz, com Culpa e Medo. Mesmo preso em casa, utilizo meus equipamentos para não perder o hábito;
Importante garantir que áreas de práticas de esportes <i>outdoors</i> estejam garantidas e protegidas em legislação e fiscalizadas. É uma questão de saúde, bem-estar e reserva para as futuras gerações;	- Em alguns dias fugi da quarentena indo pedalar na Urca e ficar olhando para a pedra da Babilônia, ali no bondinho; - Na quarentena tenho feito alguns pedais sozinho, em locais mais distantes, área rural, confirma de espairecer um pouco;
É preciso que a mídia pense na educação e conscientizar os espectadores sobre os cuidados e mínimos impactos ao praticar uma atividade em meio à natureza. Ou vamos perder toda a nossa exuberância da natureza pela falta de consciência de praticantes, "modinhas" que estão ali apenas pra postar uma foto nas redes sociais, e não amantes verdadeiramente do esporte;	Gostei muito da pergunta sobre a prática de esportes e desenvolvimento de consciência ecológica. Eu acho que obrigatoriamente as pessoas praticantes de atividades que envolvem contato direto com meio ambiente, quase que por osmose, atuam de forma preservacionista. Mas infelizmente não é isso que se vê. É só dar um pulo no Açu que você se depara com práticas predatórias e egoístas. Lamentável. Quiçá um dia montanhismo seja sinônimo de ambientalismo;
Assim como no futebol, o ciclismo de estrada também deveria reprisar algumas provas;	O voo livre para mim não é um esporte e sim uma filosofia de vida;
	Sinto que para mim que tenho quintal e companhia está sendo mais fácil essa quarentena do que para quem mora em apartamento e é sozinho;
	Acho que atividade física seja ela qual for é essencial para saúde, todos deveriam praticar

Questionadoras	Reflexivas
	independentemente da idade que tenha. Existem atividades para todas as idades. O importante é se manter em movimento sempre;

Fonte: O autor, 2021.

As contribuições foram muito ricas e reconhecemos o posicionamento de alguns respondentes questionando a continuidade da realização das atividades, bem como outros que via problemas por serem atividades/esportes mais individuais. Entretanto é importante salientar que no momento de realização da pesquisa muitos parques e atrativos naturais estavam fechados, havia riscos de contaminação até mesmo dos animais silvestres. A questão da mídia também aparece nas falas deixando claro o cuidado com a influência midiática, onde ao mesmo tempo em que pode motivar a prática, pode ajudar a degradar o ambiente. Algumas falas são emotivas trazendo a paixão que os respondentes têm por estas atividades/esportes.

Por fim, obtivemos uma sugestão de literatura, em que compreendemos sua importância no fechamento destes resultados e falas. Louv (2016) narra em sua obra “A última criança na natureza” a importância do contato com o meio natural, como uma vida desconectada de telas e conectada com a natureza trazem benefícios para o ser humano favorecendo sua saúde física e mental. Nas falas dos respondentes ficam evidentes essas narrativas como: a preocupação com o meio ambiente; a manutenção e melhoria dos espaços naturais; a reclamação com os lixos deixados nas trilhas; o querer estar na montanha.

Mas Louv (2016) alerta que essa conexão com a natureza deve ser diária, e nas crianças começa ocorrer um déficit de natureza, pois cercadas de telas, vidas em apartamentos, shoppings e grandes metrópoles com concreto armado em todos os lados a natureza fica em segundo plano ou inexistente. Essa situação pode afetar a infância tendo consequências na autorregulação das crianças, limitando seus sentidos fisiológicos e psicológicos. Estes prejuízos na infância segundo o autor podem criar dificuldade de atenção, índices elevados de doenças mentais, maior taxa de miopia, obesidade, deficiência de vitamina D, entre outros.

Louv (2016) defende a ideia de criação de mais unidades de conservação e áreas verdes urbanas, o que viria ao encontro de realização das práticas de atividades/esportes de aventura na natureza. Mesmo que com falas emotivas, apaixonadas, críticas e reflexivas, os respondentes de nossa pesquisa deixam claro a importância do contato com a natureza. A Agenda 2030 da ONU fala da importância da relação com o meio ambiente ser sustentável, com as preocupações

com as futuras gerações (PLATAFORMA AGENDA 2030, 2021). O que também aparece nas falas dos entrevistados.

4.5 Considerações finais

Os esportes de aventura podem ser praticados em contexto urbanos e naturais, onde neste capítulo buscamos um diálogo maior com as atividades/esportes realizado na natureza. Em que o objetivo foi descobrir o que diziam os praticantes destas atividades/esportes de aventura em contato com a natureza levantando os dados sociodemográficos, motivos de escolha para a prática, verificando a influência da mídia, e percebendo o momento da pandemia da covid-19. Os resultados foram suficientes para atingir o objetivo, e ainda criar novas ideias para pesquisas futuras.

Os dados sociodemográficos corroboram o público-alvo do Canal *Off*, um público jovem e adulto. Destacamos um aumento na participação feminina, aumento de poder aquisitivo, aumento de escolarização dos praticantes/respondentes. Sendo estes, de várias profissões, de regiões variadas do Brasil (mas com predomínio da região sudeste), em sua maioria casados e solteiros. Embora possam estes dados estarem sofrendo influência da rede de contatos do pesquisador.

Os motivos de escolha para prática foram influências de amigos, família e também da mídia. Entretanto, o imaginário que envolve a realização destas atividades transpareceu durante o levantamento, a busca de um estilo de vida ativo e o contato com a natureza, também podem ser encarados como fatores de adesão a prática, sendo a prática de trilhas a mais realizada pelos pesquisados.

A mídia embora instigue a prática em 88% dos respondentes só levou 14% a buscar a prática os influenciando diretamente. Sendo as que mais influenciaram, as mídias variadas ou não específicas, e o Canal *Off*. Assistindo programas de esportes de aventura o que mais veio à mente foi nostalgia, até certo ponto acreditamos influenciados pela pandemia que limitou a prática.

Percebendo a pandemia da covid-19 constatamos: o desafio da rotina na quarentena; a vontade de quebrar a quarentena para a prática das atividade/esportes de aventura na natureza; a constatação de quebra da quarentena em 48% dos respondentes; a substituição das práticas por atividades domésticas; a manutenção de atividade física substituindo as de aventura; muita

fala da realização destas práticas ao ar livre; a ocupação do tempo livre assistindo séries e filmes de aventura.

A questão da preservação e manutenção da natureza também transpareceu nas respostas dos pesquisados. Em que a preocupação deve levar em consideração os cuidados para as gerações futuras. O desenvolvimento da consciência ecológica aparece como presente maciçamente na realização destas práticas para a maioria dos respondentes. O público respondente também se mostrou comprometido com a realização da prática destas atividades/esportes de aventura na natureza, em que a maioria realiza com frequência semanal.

A metodologia empregada neste estudo foi satisfatória, porém para futuros estudos recomendamos a pesquisa de campo, a fim de atentarmos para detalhes impossibilitados devido à pandemia da covid-19. Recomendamos também a elaboração de outros trabalhos científicos contestando ou corroborando os dados aqui obtidos a fim de percebermos mais atores dentro dos esportes de aventura e mídia. Assim, o presente estudo buscou colaborar para a educação física de maneira reflexiva com contribuições para seu desenvolvimento.

CONCLUSÃO

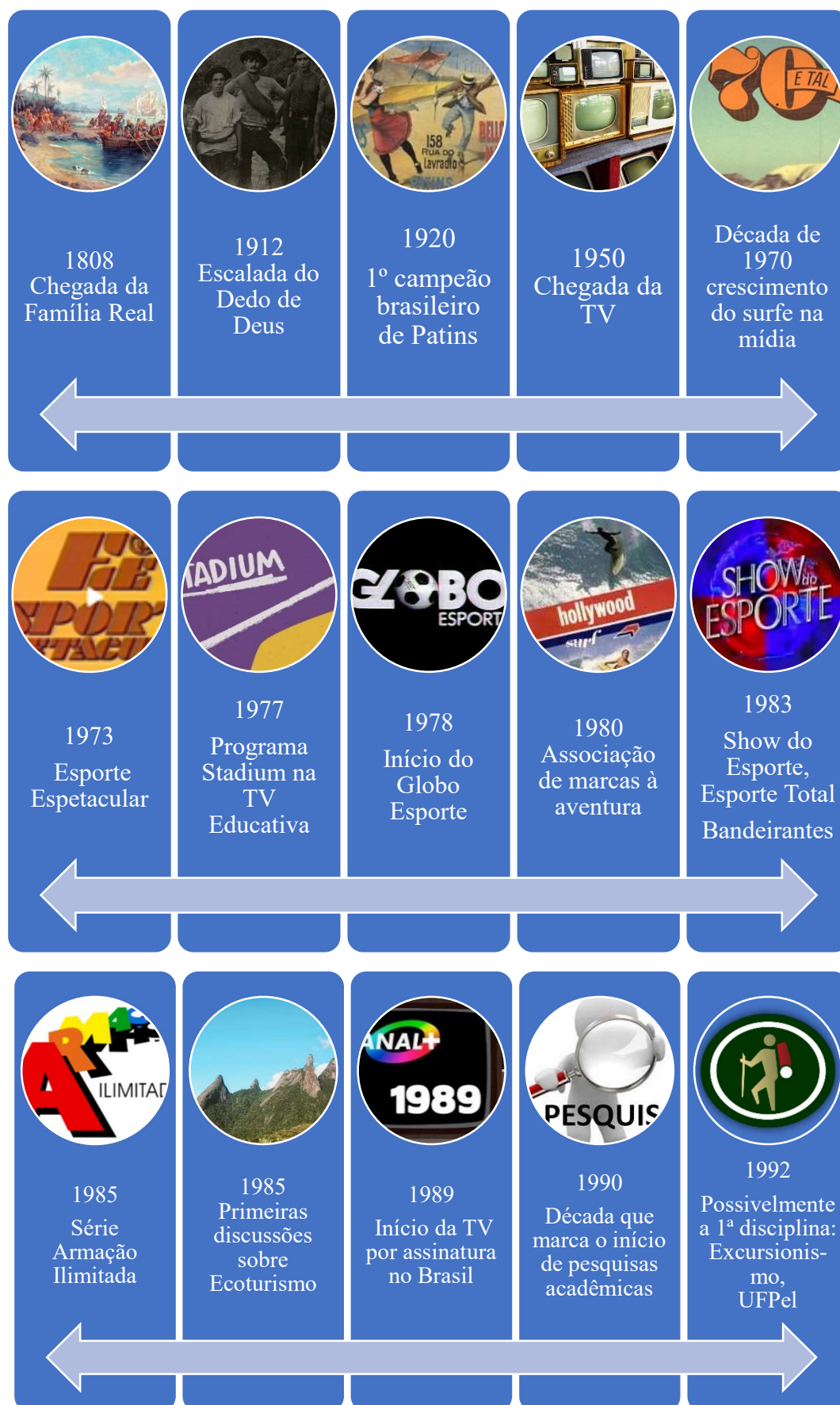
Durante a construção deste trabalho podemos observar vários autores da educação física relatarem que os esportes de aventura tiveram um crescimento acelerado nas últimas décadas principalmente por suas aparições na mídia. Betti (1997, 1999) alerta para a presença marcante dos esportes de aventura na mídia e que cabia à educação física acompanhar esse processo. Costa (2000) relata que a mídia motivada pela espetacularização e pelas situações de riscos presentes nos esportes de aventura adotou essa corrente esportiva, ajudando em seu crescimento no número de admiradores. Uvinha (2001) falando de juventude, lazer e esportes radicais descreve que as imagens destas práticas na televisão incentivam a realização.

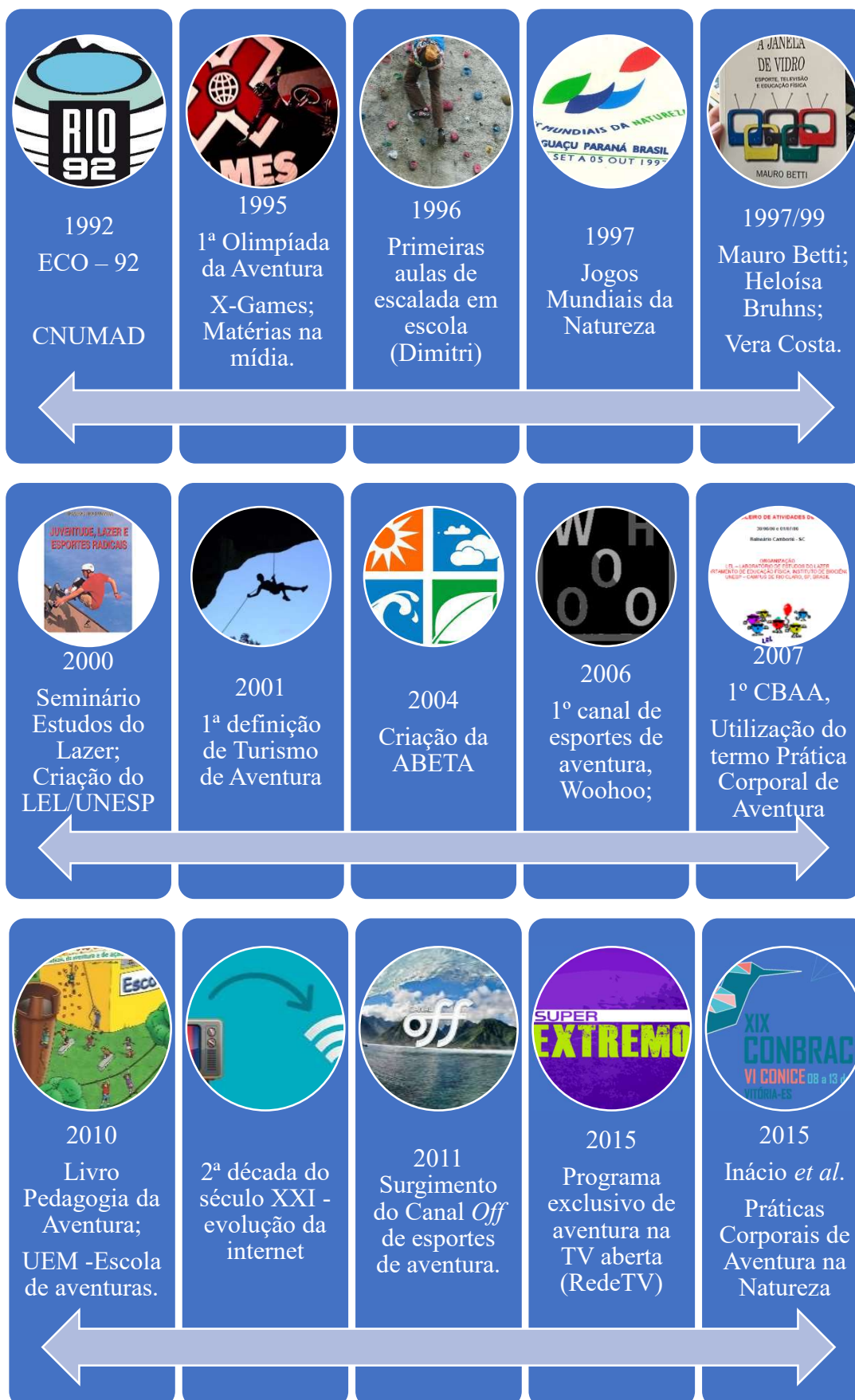
Schwartz (2006) explica que a mídia comumente chama as atividades físicas de aventura na natureza (AFAN), de esportes radicais ou esportes de aventura, assim, imbuídas de um apelo à contemplação, fruição e autossuperação presente nestas atividades. Bruhns (2009) diz que sobre influência da mídia ou não as pessoas começaram a comprar relógios a prova d'água mesmo sem serem mergulhadoras em busca de um estilo de vida aventureiro. Pereira e Armbrust (2010) relatam que apenas a partir da década de 1990 com a divulgação pela mídia foi que os esportes radicais começaram a se difundir e ganharam novos adeptos.

Porretti *et al.* (2013) indiretamente cita a mídia ao falar da utilização dos esportes na natureza e dos jogos olímpicos, como inspiração para se trabalhar no contexto da educação física escolar uma educação preocupada com o meio ambiente. Em 2018 chega ao currículo da educação física através da BNCC as práticas corporais de aventura desenvolvidas em ambiente urbano e na natureza (BRASIL, 2018). Pereira (2019) apresentou proposições da pedagogia da aventura na escola para a BNCC, descreve que a mídia se interessou sobretudo pelo risco e a coragem que estas práticas proporcionam.

Entendendo a complexidade de terminologias construímos uma linha do tempo dos esportes de aventura. Após nossa diligência de compreensão das influências midiáticas durante nossa construção de tese, essa reflexão final reúne o crescimento dos esportes de aventura associando-o a mídia televisiva, a documentos institucionais, a estratégias de marketing, as pesquisas na educação física, a elaboração de obras literárias e acadêmicas, a TV por assinatura, chegando ao contexto atual consolidada como conteúdo curricular e aberto a novas discussões. Vejamos a figura 16 abaixo:

Figura 16 – Linha do tempo dos esportes de aventura em associação com a mídia







Obs: Crédito das imagens no Anexo C.

Fonte: O autor, 2021.

Os dados coletados ao longo da construção da tese possibilitaram uma interpretação dos esportes de aventura em um cenário nacional, onde não procuramos explorar as modalidades, e sim o contexto geral.

Voltando um pouco no tempo para compreender o contexto, entendemos que nossos antepassados que já viviam em terras brasileiras, como os índios, já praticavam aventuras em suas atividades de vida. Se excluirmos as incursões bandeirantes em território nacional descoberto em 1500, Lucena (2006) descreve que somente com a chegada da família real em 1808 é que começaram as primeiras incursões de cunho lúdico.

Chegando ao século XX temos um marco do montanhismo nacional, em 1912 foi realizada a primeira escalada do Dedo de Deus em Teresópolis no estado do Rio de Janeiro (LUCENA, 2006). Em 1920 temos o primeiro campeão brasileiro de patinação, onde esta modalidade era praticada por famílias ricas brasileiras (CBHP, 2021). Já em 1923 temos a criação da primeira emissora de rádio, este meio de comunicação se organizou profissionalmente e atraía o público com audiência de massa, mais especificamente o futebol teve sua divulgação ampliada dentre outras atividades esportivas. Em 1950 chegava à televisão, e com ela imagens, o que era só narrado agora podia ser visto, sendo o Brasil o primeiro país da América Latina a possuir uma emissora de televisão, e o sexto no Mundo (JAMBEIRO, 2002).

Dias (2008) descreve que os esportes de aventura já vinham sendo desenvolvidos desde o século XIX, mas tiveram como ponto de inflexão o período pós 2ª Guerra Mundial. Na década de 1960 Dias (2008) fala que atrelado aos avanços tecnológicos, as inovações de materiais esportivos (como a prancha de surfe) e novas tecnologias de comunicação e informação ocorre uma integração dos esportes de aventura. Estes, começam de certa forma a dialogarem através de seus praticantes internacionalmente chegando ao contexto nacional com concepções semelhantes.

Na década de 1970 temos o surfe em evolução, realização do primeiro campeonato brasileiro, o estilo jovem e aventureiro é explorado comercialmente e pela mídia. Um campeonato de surfe no Rio de Janeiro recebe patrocínio e é divulgado pela mídia televisiva, temos o lançamento do “Passat surf”, sendo um carro para público jovem lançado pela Volkswagen (DIAS, 2008; MARCHI, 2017).

Mas nem tudo eram flores, os esportes radicais foram proibidos de serem realizados algumas vezes, na década de 1970 o surfe chegou a ser proibido na praia do Arpoador. Em São Paulo, Jânio Quadros proibiu a prática de skate. Um outro fato narrado é a discriminação que existia com quem praticava estas atividades, chegando-se muitas vezes a serem perseguidos pela polícia, ou proibidos por vizinhos e parentes (fatos relatados no Canal *Off*). Pereira (2019) também alerta para esta situação falando que as práticas de esportes de aventura recebiam críticas e preconceitos. Mas, as práticas continuavam a serem desenvolvidas atraindo cada vez mais adeptos.

Em 1973 estreia o programa esportivo “Esporte Espetacular” com o objetivo claro de abrir espaço na televisão para outras modalidades esportivas além do futebol, que era o que predominava nos noticiários esportivos. Com programação importada as transmissões aos poucos foram se adaptando ao formato nacional, se buscando atletas nacionais e matérias locais, assim os esportes de aventura começavam a aparecer mais na mídia (ESPORTE ESPETACULAR, 2021). Outro programa esportivo surge em 1977, o “Stadium”, na TV Educativa do Rio de Janeiro, onde o foco era falar sobre os esportes olímpicos, mas também se abordavam os esportes de aventura e radicais (EBC, 2021).

Em 1978 surge na programação televisiva o “Globo Esporte”, e na estreia do programa o surfista Rico de Souza teve seu perfil explorado midiaticamente. Os esportes de aventura começavam a consolidar-se como nova tendência esportiva, asa delta, bodyboarder, surfe, ciclismo, skate e outros, eram vistos mais diretamente na televisão. Durante a década de 1980 tivemos a associação de marcas e patrocinadores aos esportes de aventura como por exemplo a

marca de cigarros “Hollywood” ao estilo aventureiro (MARCHI, 2017; GLOBO ESPORTE, 2021).

A rede Bandeirantes de televisão em 1983, lança o programa “Show do Esporte”, que chegou a levar 10 horas ao vivo e contínuas de programação esportiva ao ar, existindo um quadro chamado “Radical Total”, mostrando um pouco dos esportes de aventura. Em 1985 temos uma série ligada diretamente a aventura, “Armação Ilimitada”, o estilo jovem e aventureiro eram retratados pelos personagens Juba e Lula. Também em 1985 começam a ser discutidas estratégias governamentais para o Ecoturismo, promovendo-se uma comissão que em 1987 cria um projeto de turismo ecológico (CORREIO CIDADÃO, 2021; ARMAÇÃO ILIMITADA, 2021; BRASIL, 2010).

Na década de 1990 se consolida a TV por assinatura que nasce em dezembro de 1989, o mercado midiático começa a se expandir e se especializar (JAMBEIRO, 2002). Em 1992 surge possivelmente a primeira disciplina ligada a aventura nas graduações, ministrada pelo professor Enio Pereira, na Universidade Federal de Pelotas sob o nome de Excursionismo (CNPQ, 2021). Também em 1992 ocorreu a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (Cnumad), conhecida como Rio 92, que discutiu o desenvolvimento socioeconômico com a utilização dos recursos da natureza. Dentro da década de 1990, no cenário internacional o “X Games” (Jogos Extremos) que viria a influenciar a mídia que importava programações, literalmente explode midiaticamente, sendo em 1995 realizado o primeiro X Games, as Olimpíadas dos esportes de aventura (RINEHART, 1998).

Na década de 1990, jornalistas e esportistas começam a produzir materiais para a mídia sobre os esportes de aventura, onde os próprios são os protagonistas e geradores de conteúdo. Um exemplo, é o jornalista Clayton Conservani da rede Globo, apresentador do quadro “Planeta Extremo”, em que, por ser especializado em esportes de radicais, viajava o mundo mostrando suas aventuras (CONSERVANI, 2008). Essa figura de repórter participativo ganha ênfase, buscando levar emoções aos telespectadores. Os repórteres começam a saltar de paraquedas, mergulhar, escalar, realizam subidas a cumes de montanhas em trilhas, entre outras aventuras (ESPORTE ESPETACULAR, 2021; BRUHNS, 2009; RINEHART, 1998).

Em 1996 o professor Dimitri começa a lecionar aulas de escalada em uma escola particular em São Paulo, como atividade extracurricular e inovadora na educação física (PEREIRA, 2019). Também na década de 1990, Heloísa Bruhns, Vera Costa desenvolvem produções acadêmicas e orientações que envolvem a temática esporte, meio ambiente, montanhismo e práticas esportivas na natureza. Em que Heloísa Bruhns trabalha a aventura no contexto do lazer e ecoturismo, já Vera Costa desenvolve a temática do imaginário e dos

esportes de aventura (BRUHNS, 2009; COSTA, 2000). Em 1997 ocorre no Brasil os Jogos Mundiais da Natureza. Betti (1997, 1999) apontava os esportes de aventura como grande parte da programação esportiva televisiva, merecendo um olhar mais atento da educação física.

Na primeira década do século XXI acadêmicos da educação física brasileira começam a formar grupos de estudos específicos e a realização de encontros (eventos) onde se debatiam atividades correlatas a aventura. Em 2000 surge o I Seminário de Estudos do Lazer, que traz contribuições para área da aventura até os dias de hoje (PIMENTEL, 2000). Também em 2000 é criado o Laboratório de Estudos do Lazer (LEL) na Universidade Estadual Paulista (UNESP), liderado pela professora Gisele Schwartz se desenvolve pesquisas e debates, quem em 2007 geraram o Congresso Brasileiro de Atividades de Aventura (CBAA) ampliando as discussões (SCHWARTZ, 2006; PEREIRA, 2019).

Uvinha (2001) lança uma obra mostrando o enraizamento dos esportes radicais nas décadas de 1980 e 1990 e a carência de estudos, o livro “Juventude, Lazer e Esportes Radicais” expressa a riqueza de possibilidades que podem advir da prática destas atividades. Também em 2001 surge uma primeira de definição de turismo de aventura, já trazendo o contexto da realização destas práticas em ambiente urbano e natural. A definição é:

segmento de mercado turístico que promove a prática de atividades de aventura e esporte recreacional, em ambientes naturais e espaços urbanos ao ar livre, que envolvam riscos controlados exigindo o uso de técnicas e equipamentos específicos, adoção de procedimentos para garantir a segurança pessoal e de terceiros e o respeito ao patrimônio ambiental e sociocultural (ABETA E MINISTÉRIO DO TURISMO, 2009, p. 29-30).

A criação da Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA), ocorre no ano de 2004, com a finalidade de organizar as práticas e qualificar profissionais buscando a segurança e apostando nas riquezas naturais do Brasil como fonte turística (ABETA E MINISTÉRIO DO TURISMO, 2009).

A utilização do termo que viria a compor a BNCC parece começar a ser esboçado em Inácio *et al.* (2005), práticas de aventura na natureza. Ampliam-se as disciplinas ligadas aos esportes de aventura nas grades curriculares dos cursos de graduação em educação física durante a primeira década do século XXI, juntamente temos as questões do meio ambiente. Surge um primeiro canal na televisão específico para o público jovem com a temática dos esportes de aventura sendo explorado, o Canal Woohoo, em 2006 (PEREIRA, 2019; MARCHI 2017).

Em 2007 ocorre o 1º CBAA, cuja organização foi do LEL, da UNESP, Departamento de Educação física, ligado ao Instituto de Biociências. Liderado pela professora Gisele Schwartz o evento científico representou uma oportunidade pioneira para as discussões arroladas no universo dos esportes e atividades de aventura na natureza. Muitos que apresentaram trabalhos e foram da comissão organizadora são citados ao longo de nossa tese, desta forma, o evento marca o início de um ciclo de debates e diálogos gerando mais pesquisadores para a área. Nesta 1ª edição surge o termo Práticas Corporais de Aventura na Natureza, que em 2018 vieram a compor a BNCC. Em 2021 está prevista realização da XI edição do evento, juntamente com o V Congresso Internacional de Atividades de Aventura (I CONGRESSO BRASILEIRO DE ATIVIDADES DE AVENTURA, 2007).

Inúmeras pesquisas e obras surgiram durante a primeira década do século XXI e fizeram a educação física atentar aos esportes de aventura, sobretudo, fizeram consolidar significados da possibilidade de execução destas práticas no âmbito da educação física escolar. Vamos citar uma obra como ponto de efervescência deste processo, findando a década, Pereira e Armbrust (2010) lançam o livro “Pedagogia da Aventura”, sistematizando o ensino dos esportes radicais e de aventura nas escolas.

Ainda no ano de 2010 surge um projeto de Extensão na Universidade Estadual de Maringá chamado “Escola de Aventuras”, oriundo do Grupo de Estudos do Lazer, que desenvolve práticas de aventuras para crianças em fase escolar (BADARÓ *et al.*, 2020). No ano seguinte, 2011, surge o Canal *Off*, segundo canal dedicado aos esportes de aventura, com programação 24 horas exclusiva de aventura, oriundo do programa “Zona de Impacto” do canal esportivo “SPORTV” (CANAL OFF, 2018).

A segunda década do século XXI marca o avanço da internet, chegando à população direta e indiretamente. As TV’s *Smart*, os celulares com acesso as redes, chamadas de vídeo e a proliferação de redes sociais, chegam marcando tendências na sociedade, mas, para além do acesso é necessário explicitarmos que esta conectividade reforçam as desigualdades sociais e econômicas do Brasil. Se por um lado a internet móvel pode ser relevante para o acesso do público menos favorecido economicamente, também expôs as desigualdades e limitações de acesso. O custo é a dimensão que impõe barreiras à população de uma forma geral a obter aparelhos eletrônicos e conexão de melhor qualidade como a fibra ótica por exemplo (BARBOSA, 2018).

A mídia buscou se adaptar a esta realidade, buscando popularizar o acesso aos esportes de aventura, e mesmo cobrando pelo conteúdo em assinatura, o Canal *Off* buscou acessar novos “consumidores” (telespectadores) por suas redes sociais. Sendo este um exemplo do uso da

internet para adaptar-se a contextos sociais e econômicos desiguais. Vale destacar que existem diferenças entre os grupos sociais para suas despesas com a internet, no entanto, a utilização das imagens dos esportes de aventura em nossa visão poderia vir a atrair novos seguidores do canal.

Seguindo o caminho da aventura, em 2015 o Canal REDETV de televisão (TV aberta), lança um programa exclusivo sobre os esportes de aventura, o “Super Extremo”, em seus quadros apresentados por Fernando Navarro e Fabiana Mello, busca-se diálogo com o público via *chat* e redes sociais (FISCHER, 2015).

Inácio *et al.* (2015) novamente trabalham com o termo práticas corporais de aventura durante o Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, comentando o crescimento acelerado dos esportes de aventura. Em 2016 O COI buscando o público jovem dos esportes de aventura lança a inclusão do Skate, Escalada e Surfe chegando às olimpíadas, para serem realizados em Tóquio 2020, (adiado para 2021 por conta da pandemia do novo coronavírus) (PORTAL BRASIL, 2016). Também no ano de 2016 o Brasil é eleito o melhor destino para aventura no mundo, ficando à frente de países como Itália, Espanha, Tailândia entre outros (US. NEWS & WORLD REPORT, 2016).

No ano de 2018 os esportes de aventura chegam à BNCC como práticas corporais de aventura, se tornando conteúdo obrigatório das aulas de educação física escolar. Pereira (2020) lança mão de um novo conceito, “a aventura”, como sendo este substantivo e não mais adjetivo. A mídia segmenta-se ainda mais, as redes sociais adentram as mídias, e os esportes de aventura seguem presentes e ditando uma tendência sempre associados à emoção, imaginação, adrenalina e superação.

Em 2021 temos o sucesso dos esportes de aventura nas Olimpíadas de Tóquio no Japão, não só pelas medalhas que ajudaram o Brasil a subir posições no quadro geral dos países participantes, mas pela cordialidade, companheirismo, solidariedade, presentes no skate, surfe e escalada, resgatando espírito olímpico. E chamando a atenção dos brasileiros principalmente no skate com os jovens atletas, uma dessas competidoras, possuía apenas 13 anos de idade, Rayssa Leal que dançou, encantou e celebrou sua conquista de medalha de prata com as adversárias em plena competição (VIEIRA, SILVEIRA, 2021).

A outra modalidade de esportes de aventura que teve destaque no cenário nacional foi o surfe, com destaque para a Medalha de ouro de Ítalo Ferreira (VIEIRA, SILVEIRA, 2021). Como mostrado no capítulo III de nossa tese, estas duas modalidades, surfe e skate são as que mais aparecem na mídia televisiva por assinatura. Em que de certa forma confirmam uma cultura nacional para estes esportes de aventura.

Neste esforço de compreender a trajetória dos esportes de aventura ao longo do tempo evidenciou-se que as mídias, a educação física, o Marketing/Patrocínio e o turismo podem ter contribuído para elevar o número de praticantes, e ajudaram direta e indiretamente a consolidação destas práticas no contexto curricular da educação física. A vasta possibilidade de utilização para finalidades de lazer, recreação, turismo de aventura e atividades físicas de forma geral, necessitam de mais estudos e aprofundamentos por parte dos acadêmicos.

É necessário a compreensão da existência de normas que gerenciam os riscos presentes nestas atividades de forma a minimizá-los para a prática. Bem como, deve ser orientada a conscientização ambiental dos praticantes.

Diretamente é possível inferir o valor dos esportes de aventura para a mídia, em que, utilizando as imagens paradisíacas, emocionantes e de ação dos esportes de aventura, a mídia busca apaixonar o público pelas imagens e mensagens que são transmitidas, desta forma ocorre a tentativa de fidelização destes telespectadores, e indiretamente incita a busca pelos esportes de aventura levando-os a praticar. Uma outra possibilidade são a dos esportes de aventura terem a mídia como aliada, pois ela se permite a levar a sensação que o praticante tem durante a realização de sua vivência, pois descrevendo em palavras é muito difícil desvelar-se, e a imagem mostra diretamente a ação que transmite ao telespectador a sensação com extrema facilidade.

Encerrando nossas discussões até o momento

O consumo do espetáculo do fenômeno esportivo aumentou demasiadamente com a internet e as mídias, as tendências impostas pela mídia podem ser traduzidas na compra e venda de mercadorias, entre elas os próprios canais televisivos estudando o mercado estabelecendo metas bem definidas e alinhadas com estratégias de marketing (FRUCHART *et al.*, 2018).

Uma modalidade que não era encarada como fenômeno e com a ajuda da mídia tornou-se uma atividade rentável, dinâmica, organizada, com calendários preestabelecidos, e estratificada em categorias por idade e sexo é a corrida de rua. O que antes era uma atividade de simples busca de condicionamento (mesmo isso sendo de suma importância), passou a ser de caráter sociável, com diálogos abertos em várias mídias.

Tecendo comentários e aludindo aos dados e resultados de nossa pesquisa, especificamente, o Canal *Off* de esportes de aventura tece uma relação emotiva com o

telespectador assinante do canal. Através de seu slogan “sonhe, explore e descubra” em que ainda se acrescentou o “transforme”, parece dialogar diretamente com a busca de desejos, anseios e necessidades do público. Em outras palavras, o agir estratégico passa ao agir comunicativo oferecendo conteúdo audiovisual que procura ser inteligente e enriquecedor.

A cultura midiática expressa pelo Canal *Off* reforça para a sociedade atual que o engajamento nas questões sociais é dever de cada um, seja este membro da sociedade mais favorecido economicamente, ou menos favorecido economicamente. As desigualdades econômicas e sociais parecem despercebidas, por vezes encontrando-se no modo *off*, em que se silenciam também as obrigações governamentais de acesso ao lazer e cuidados para com o meio ambiente. Cada ser humano realmente é responsável pelos seus atos, e estes atos podem implicar diretamente na vida de outros, mas isso não pode anestesiar a sensibilidade do telespectador a outros protagonistas.

Elucidando os sentidos que a mídia e os esportes de aventura transmitem compreendemos ser para além do modo *off*. Ou seja, é necessário estarmos atentos ao sentido que a informação é passada para compreendermos a ação que iremos desenvolver mediante tal fato. Como exemplo, e sem demérito nenhum, e até mesmo concordando com a defesa feminina no skate, nos perguntamos. Seriam estes programas uma busca de mais mulheres praticando skate para adentrar como modalidade olímpica? Seria uma busca de fidelizar mais mulheres a programação do Canal? Consolidar a mulher no esporte é uma luta permanente causando eco em toda a sociedade e no mundo esportivo, entretanto, faz-se necessário refletir sobre os conteúdos midiáticos que nos são transmitidos.

A relação entre os esportes de aventura e a mídia nas últimas três décadas mostrou alguns caminhos que foram percorridos:

- 1) Realização de Estudos Históricos sobre mídia televisiva e esportes de aventura, que mostraram sua evolução associada à mídia e aos avanços tecnológicos;
- 2) A existência de uma Polissemia de Termos utilizados pela mídia que os desenvolveram para capturar mais telespectadores;
- 3) No Contexto Social descreve-se a formação de novos hábitos;
- 4) Observamos a Segmentação da Mídia, em que os canais especializaram-se gerando os canais esportivos e específicos, como os de programação de esportes de aventura;
- 5) A Mercantilização aponta para utilização da venda de produtos e serviços específicos dentro dos canais esportivos;

- 6) A Glorificação do Risco pela mídia associa as imagens dos esportes de aventura a acidentes, indicando a necessidade de utilização de equipamentos específicos e treinamento para a prática;
- 7) Os Estudos Educacionais mostram que a mídia transmite sentidos superficiais dos esportes de aventura.

Tendo percorrido o trajeto histórico, social, educacional e político-econômico, é possível destacarmos que até mesmo a chegada dos esportes de aventura a BNCC através das práticas corporais de aventura, pode ter sofrido influência da mídia. Pois indiretamente as frequentes aparições como conteúdo televisivo trabalha o imaginário do telespectador que por sua vez chega à escola. Tendo por inferência que os esportes de aventura na mídia podem orientar emoções que conduziram ao encantamento, ou no caminho inverso, a utilização dos esportes de aventura pela mídia de forma estratégica que utiliza as emoções da atividade prática para se aproximar do telespectador.

A certeza é que os caminhos percorridos pelo esporte de aventura na mídia, são diferentes dos caminhos percorridos academicamente, onde realmente traçou-se orientações pedagógicas para a chegada a escola. A mídia por sua vez pode ter ajudado no imaginário deste percurso.

Ao analisar o esporte adaptado no contexto dos esportes de aventura no Canal *Off*, percebemos uma homogeneização do discurso, em que a prática de caiaque configura uma forma transformadora e inclusiva, silenciando-se responsabilidades. Os sentidos percebidos trabalham novamente o contexto da emoção, levando o telespectador a querer transformar sua realidade.

Nos discursos midiáticos enaltecidos pelo Canal *Off* compreendemos o ato da segmentação da mídia chegando aos conteúdos dos programas através de 15 categorias: 1) Preservação e contato com a natureza; 2) História dos esportes de aventura; 3) Evolução dos esportes de aventura; 4) Inclusão feminina; 5) Contextos sociais globais; 6) Manutenção da qualidade de vida e saúde; 7) Desafio, superação e reconexão; 8) Surgimento e revelação de atletas; 9) Diversão e treinamento; 10) Patrocínio; 11) Foto e filmagem; 12) Saudosismo; 13) Pistas e espaços particulares; 14) Adrenalina, riscos, aventura, loucura; 15) Sonorização e musicalidade.

Essa segmentação enaltece que as práticas dos esportes de aventura fazem parte da programação televisiva levando emoção aos telespectadores compreendendo seus anseios e desejos, mas perpassam o contexto de marketing esportivo, marketing midiático e estratégias de vendas utilizadas pela mídia e por marcas que associam seus produtos. Os esportes de

aventura sofreram como os outros esportes de uma maneira geral a influência econômica, mercadológica e cultural.

Embora alguns atletas falem em manter a essência em sua prática, que de acordo com as categorias aqui elencadas pode envolver a história e o saudosismo, a questão da evolução esportiva envolve a tecnologia e a economia. Onde observamos uma coexistência, em que ambos procuram beneficiar-se, atletas com materiais mais modernos realizando manobras cada vez mais arrojadas, conquistando cumes com expertises tecnológicas, surfando ondas artificiais para treinamento e a mídia vendendo seus produtos e marcas esportivas.

Ao longo dos estudos realizados podemos observar como a mídia encontra-se presente nas práticas de atividades físicas e esportivas de aventura junto à natureza, perpassando as fases da infância à vida adulta. Os esportes de aventura trabalham com emoções, com o imaginário, em que observamos estas nuances ao discriminar no capítulo IV os esportes de aventura e as mídias no contexto da pandemia, com um levantamento junto aos praticantes. Nele, a busca pela prática recebeu influência da mídia para 14% dos 318 pesquisados.

Para além do imaginário e das emoções trabalhadas midiaticamente, é preciso estar atento aos nossos sentidos e sentimentos que são capturados pela mídia. Abnegados, imponderados, podemos nos abster do caráter profícuo que mídia utiliza para fidelizar telespectadores. Onde verificamos que a TV conduzia um diálogo com os esportes de aventura desde a década de 1970 em competições de surfe. Já na década de 1990 explicitamos o exemplo dos X Games, que receberam esta denominação para estabelecer uma relação clara com os telespectadores da “Geração X”, buscando mantê-los fiéis como clientes por longos anos.

Por fim defendemos a tese que os esportes de aventura receberam influências da mídia em suas práticas, assim como ajudou a mídia a capturar os telespectadores pelas emoções que os esportes de aventura transmitem. Mas é preciso estarmos atentos e ter humildade para reconhecer a velocidade das informações e mudanças de direções midiáticas, assim como os avanços tecnológicos que direcionam os discursos televisivos, sendo fatores limitantes para nossa pesquisa.

Especificamente os discursos midiáticos dos esportes de aventura apresentados no Canal *Off* foram ampliados para além dos encontrados por Betti (1997) aumentando responsabilidades da educação e educação física que agora compreende as práticas corporais de aventura como conteúdo curricular. Em que estar atento aos conteúdos transmitidos pela mídia formulam tarefa aos profissionais de educação física, para formação de um cidadão (espectador) crítico e consciente.

REFERÊNCIAS

ABETA E MINISTÉRIO DO TURISMO. **Diagnóstico do turismo de aventura no Brasil**. Belo Horizonte: Ed. dos autores, 2009. 156p.

ALTHEIDE, D. L.; SCHNEIDER, C. J. **Qualitative Media Analysis**. California: SAGE Publications, 2013.

AMARAL, M. C. Os desafios da Adventure Sports Fair e o turismo de aventura no Brasil. In: UVINHA, Ricardo Ricci (org.). **Turismo de aventura: reflexões e tendências**. São Paulo: Aleph, 2005. p. 233-246.

ARMAÇÃO ILIMITADA. **Memória Globo**. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/series/armacao-ilimitada/>> Acesso em 7 jun. 2021.

BAHIA, B. J. **Dicionário do jornalismo Juarez Bahia: século XX**, Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

BADARÓ, L. F. *et al.* As atividades de aventura no campo educacional: alternativas metodológicas para as aulas de Educação Física. **Research Society and Development**. Itabira, 2020.

BANDEIRA, M. M. Natureza e aventura: a mídia e seus mitos. **Anais do II Congresso Brasileiro de Atividades de Aventura**. Governador Valadares: M.G., p. 77-81. 2007.

BARBOSA, A. F. **Banda larga no Brasil: um estudo sobre a evolução do acesso e da qualidade das conexões à Internet**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2018.

BAUMAN, Z. **Medo líquido**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. – Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Tradução: DENTZIEN, Plínio. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BECK, U. **Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade**. São Paulo: Ed. 34, 2010.

BETRÁN, J. O.; BETRÁN, A. O. Las actividades físicas de aventura en la naturaleza (AFAN): revisión de la taxonomía (1995-2015) y tablas de clasificación e identificación de las prácticas. **Apunts. Educación Física y Deportes**, n.º 124, abril-junio, pp. 71-88, 2016, ISSN-1577-4015.

BETTI, M. Imagem e ação: televisão e a educação física escolar. In: BETTI, M. (org.). **Educação física e mídia: novos olhares, outras práticas**. São Paulo: Hucitec, 2003.

BETTI, M. **A janela de vidro: esporte, televisão e educação física**. 1997. 290 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 1997.

BETTI, M. Educação física e sociologia: novas e velhas questões no contexto brasileiro. In: CARVALHO, Y. M. & RUBIO, K. (orgs.). **Educação física e ciências humanas**. São Paulo: Hucitec, 2001. p.155-169.

BETTI, M. Esporte, televisão e espetáculo: o caso da TV a cabo. **Conexões**, Campinas, v. 1, n. 3, p. 74-91, 1999.

BEZERRA, A. C. V.; MENEZES DA SILVA, C. E.; SOARES, F. R. G.; MENEZES DA SILVA, J. A. Fatores associados ao comportamento da população durante o isolamento social na pandemia de covid-19. **Ciência & Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, 2020.
<https://doi.org/10.1590/1413-81232020256.1.10792020>

BOTELHO, L. L. R.; CUNHA, C. C. de A.; MACEDO, M. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. **GESTÃO E SOCIEDADE**, Belo Horizonte: V. 5, N. 11, P. 121-136, 2011.

BOURDIEU, P. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Tradução, Maria Lúcia Machado. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRACHT, V. Saber e fazer pedagógicos: acerca da legitimidade da Educação Física como componente curricular. In: CAPARRÓZ, F. E. (Org.). **Educação física escolar: política, investigação e intervenção**. Vitória: Proteoria: 67-79, 2001.

BRANDÃO, L. **Por uma História dos Esportes “Californianos” no Brasil: o caso da juventude skatista**. 2012. 299 f. Tese (Doutorado em História Social) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

BRASIL. **Lei Federal nº 12.485, de 12 de setembro de 2011**. Dispõe sobre a comunicação visual de acesso condicionado. Brasília, 2011. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112485.htm>. Acesso em: 10 fev. 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Ecoturismo: orientações básicas**. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Secretaria da Educação Básica. 2018.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais: educação física**. Brasília: MEC, 1998.

BRASIL. Decreto de Lei número 3.199. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Poder executivo, Brasília, DF, abr, 1941. Seção 1. p.7453. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/del3199.htm> Acesso em: 15 maio, 2021.

BRUHNS, H. T. **A busca pela natureza**: turismo de aventura. Barueri, SP: Manole, 2009.

CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens**: a máscara e a vertigem. Cotovia: Lisboa, 1990.

CAMPOS, A. P. **Branded content como estratégia de marketing estudo de caso Red Bull**. 2014. 55 f. (MBA em marketing do setor de Ciências Sociais e Aplicadas) – Pós Graduação em Administração, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

CAMPOS, H. R.; COSTA, Mara Lúcia Rodrigues. **Identidade**: reconhecendo alguns significados e territórios. Juiz de Fora: Editar, 2016.

CANAL OFF. **Coletivo OFF**. Disponível em: <<http://canaloff.globo.com/especiais/coletivo-off/videos/4255789.htm>> Acesso em 20 jun. 2018.

CANAL OFF. **Canal Off**. Disponível em: <<http://canaloff.globo.com/especiais/novidades/materias/sonhe-explore-descubra.htm>> Acesso em 11 jun. 2018.

CANAL OFF. **Globosat Off**. Disponível em: <<http://midiafatos.com.br/canais/off/>>. Acesso em 10 de maio 2021.

CÂNDIDO, C. M.; PALMA, A.; DE ASSIS, M. R. A representação da educação física no quadro medido certa/90 dias para reprogramar o corpo exibido pela TV Globo. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, v. 30, n. 2, p. 345-357, 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbefe/v30n2/1807-5509-rbefe-30-2-0345.pdf>

CAVASINI, R., PISANI ANNES, A., KSSESINSKI, J. de L. , & Falcão Breyer, R. (2020). Gestão de riscos de atividades ao ar livre durante a pandemia de covid-19: um relato de experiência. **Revista Thema**, 2020. Ed. 18(ESPECIAL), 243-258.

CBSK. **Confederação Brasileira de Skate**. disponível em: <<http://www.cbsk.com.br/cms/dados/mercado-do-skate-no-brasil-e-no-mundo/5>> Acesso em 23 abr. 2021.

CNPQ. **Currículo do sistema de Currículos Lattes**. Informações sobre o mestre Enio Araujo Pereira. Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/8565127902807181>>. Acesso 10 jun. 2021.

COHEN, R.; BALUCH, B.; DUFFY, L. J. Defining Extreme Sport: Conceptions and Misconceptions. **Perspective**, Suíça, out., 2018.

COMAZZETTO, L. R.; VASCONCELLOS, S. J. L.; PERRONE, C. M.; GONÇALVES, J. A. Geração Y no Mercado de Trabalho: um Estudo Comparativo entre Gerações. **Psicologia: ciência e profissão**. Brasília, vol.36, n.1, p. 145-157. jan./mar. 2016.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE HÓQUEI E PATINAÇÃO (CBHP). **História da Patinação Artística**. Disponível em: <<https://www.cbhp.com.br/site/historia-da-patinacao-artistica/>> Acesso em 26 de maio, 2021.

CONSERVANI, C. **Memória Globo**. 2008. Disponível em:
<<https://memoriaglobo.globo.com/perfil/clayton-conservani/>> Acesso em 7 jun. 2021.

CORREIO CIDADÃO. **Show do Esporte retorna a grade da Band em nova versão**. Disponível em: <<https://correiodocidadao.com.br/curta/show-do-esporte-retorna-a-grade-da-band-em-nova-versao/>> Acesso em 7 jun. 2021.

COSTA, T. A.; PEREIRA, D. W. O Skate ganhando espaço no cenário Educacional. In: PEREIRA, D. W. **Pedagogia da aventura na escola**: Proposições para a base nacional comum curricular. Várzea Paulista, SP: Fontoura, 2019, p. 129-139.

COSTA, V. L. M. **Esportes de aventura e risco na montanha**: um mergulho no imaginário. São Paulo: Manole, 2000.

DEVIDE, F. P. **Gênero e mulheres no esporte**: história das mulheres nos Jogos Olímpicos Modernos. Ijuí, RS: Unijui, 2008.

DIAS, C. A. G. A mundialização e os esportes na Natureza. **Conexões**, Campinas, v. 6, n. 1, p. 54-66, 2008.

DIAS, C. A. G.; ALVES JUNIOR, E. D. **Entre o mar e a montanha**: esporte, aventura e natureza no Rio de Janeiro. Niterói, RJ: EdUFF, 2007.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

EBC. EMPRESA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÕES – **Stadium**. Disponível em:
<<https://tvbrasil.ebc.com.br/stadium>> Acesso em: 07 jun. 2021.

ECO, U. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2008.

EHRENBERG, A. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Tradução de Pedro F. Bendassolli. 2 ed. Aparecida, São Paulo: Ideias e Letras, 2010.

ELIAS, N.; DUNNING, E. **A busca da excitação**. Lisboa: Difel, 1992.

ESPORTE ESPETACULAR. **Caminhos da Aventura**. Disponível em:
<<https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/quadros-e-colunas/caminhos-da-aventura/>> Acesso em 10 maio 2021.

ESPORTE ESPETACULAR. **TV Globo 1973**. Disponível em:
<<https://terceirotempo.uol.com.br/que-fim-levou/esporte-espetacular-4961>> Acesso em 26 maio 2021.

EUFLAUSINO, J. M.; CELESTINO, C. A.; ARAÚJO, R. B. de; PIMENTEL, G. G. de A. Inclusão das atividades de aventura dentro do contexto escolar em uma escola da rede pública de Maringá: um relato de experiência. **Anais do VIII CBAA – Congresso Brasileiro de Atividades de Aventura/ II CIAA – Congresso Internacional de Atividades de Aventura**: “Dimensões, Avanços e Legados”. Vila Velha: ES, Brasil, 2014.

FALEIROS, F. *et al.* Uso de questionário *online* e divulgação virtual como estratégia de coleta de dados em estudos científicos. **Texto Contexto Enfermagem**, 25(4). 2016.

FARINATTI, P. de T. V.; FERREIRA, M. S. **Saúde, promoção da saúde e educação física: conceitos, princípios e aplicações**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2006.

FERNANDES, A. V.; GALVÃO, L. K. de S. Parkour e valores morais: ser forte para ser útil. **Motrivivência**, Florianópolis, v. 28, n. 47, p. 226-240, maio, 2016.

FERREIRA, T. Atividades de aventura disseminadas pela mídia para escolares dos anos iniciais do ensino fundamental no município de Cuiabá – MT. **Anais do VII CBAA – Congresso Brasileiro de Atividades de Aventura/ I CIAA – Congresso Internacional de Atividades de Aventura: “Tecnologias e Atividades de Aventura”** Rio Claro:SP – Brasil, 2012.

FERREIRA, L. F. S. **Corridas de Aventura: construindo novos significados sobre corporeidade, esportes e natureza**. 2003. 161 f. (Mestrado em Educação Física na área de estudos do lazer) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2003.

FISCHER, N. **RedeTV estreia programa de esportes radicais, super extremo**. Observatório da TV. 2015. Disponível em: <<https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/redetv-estreia-programa-de-esportes-radicaais-super-extremo>> Acesso 08 jun. 2021.

FISCHER, P. VINGILIS, E. GREITEMEYER, T. VOGRINCICL, C. Risk-Taking and the Media. **Risk Analysis**, Estados Unidos, V. 31, N. 5, 2011a.

FISCHER, P. *et al.* The Effects of Risk-Glorifying Media Exposure on Risk-Positive Cognitions, Emotions, and Behaviors: A Meta-Analytic Review. **Psychological**, Estados Unidos, V. 137, n. 3, 367-390, 2011b.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FORTES, R. Os anos 80, a juventude e os esportes radicais. In: PRIORE, Mary Del; MELO, Victor Andrade de. **História do Esporte no Brasil: do Império aos dias Atuais**. São Paulo: UNESP, 2009, p. 417-451.

FRACHETTA, A. **Como a Red Bull levou o marketing esportivo ao extremo**. Disponível em: <<https://www.estudioroxo.com.br/blogpulsar/como-a-red-bull-levou-o-marketing-esportivo-ao-extremo/>>. Acesso em: 27 de abr. 2021.

FREIRE, M. V.; RIBEIRO, D. **Ouro Olímpico: a história do marketing dos aros**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007.

FREITAS, J. **Gestão de risco para turismo de aventura**. Barueri, SP: Manole, 2018.

FRUCHART, E.; RULENCE-PÂQUES, P.; MULLET, E. Watching high-risk sports on television: the reversal theory's concept of protective frame. **Sport in Society**, Inglaterra, 2018.

GALVÃO, C. M.; SAWADA, N. O.; TREVIZAN, M. A. Revisão sistemática: recurso que proporciona a incorporação das evidências na prática da enfermagem. **Rev. Latino-americana de Enfermagem**, v. 12, n. 3, p.549-56, 2004.

GASTALDO, E. Comunicação e esporte: explorando encruzilhadas, saltando cercas. **Comunicação, Mídia e Consumo**. nº 8, vol. 21, março de 2011, p. 39-51. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/209/206>>

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GLOBO ESPORTE. **Memória Globo**. Disponível em: <[https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/globo-esporte/evolucao/#:~:text=Estreia%20do%20Globo%20Esporte%20\(1978\)&text=Mas%2C%20j%C3%A1%20no%20primeiro%20ano,surfista%20brasileiro%20Rico%20de%20Souza.](https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/globo-esporte/evolucao/#:~:text=Estreia%20do%20Globo%20Esporte%20(1978)&text=Mas%2C%20j%C3%A1%20no%20primeiro%20ano,surfista%20brasileiro%20Rico%20de%20Souza.)> Acesso em 10 de maio de 2021.

GOFFMAN, E. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. 4ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

GOMES, I. S.; CAMINHA, I. de O. Guia para estudos de revisão sistemática: uma opção metodológica para as Ciências do Movimento Humano. **Movimento**, Porto Alegre, v. 20, n. 01, p. 395-411, 2014.

GONÇALVES JUNIOR, L. Prefácio. In: SCHWARTZ, Gisele Maria. **Aventuras na Natureza**: consolidando significados. Jundiaí/SP: Fontoura, 2006, p. 13-14.

GUTIERREZ, G. L. ALMEIDA, M. A. B. de. Teoria da Ação Comunicativa (Habermas): estrutura, fundamentos e implicações do modelo. **Veritas**, Porto Alegre, v. 58, n. 1, p. 151-173, jan./abr. 2013.

HABERMAS, J. **Teoria de la Acción Comunicativa**. Trad. Manuel Jiménez Redondo. Madrid: Taurus, 1988. v. I e II.

HABERMAS, J. **Consciência moral e agir comunicativo**. Trad. Guido A. de Almeida. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

HERNANDES, N. **A mídia e seus truques**: o que jornal, revista, tv, rádio, e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2017.

I CONGRESSO BRASILEIRO DE ATIVIDADES DE AVENTURA. Balneário Camboriú, SC. **Anais do I Congresso Brasileiro de Atividades de Aventura**. LEL/UNESP. Rio Claro, 2004.

INÁCIO, H. *et al.* Práticas Corporais de Aventura [Na Natureza] Na Educação Física Escolar: uma experiência em escolas da rede municipal de Goiânia. **Anais do XIX Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte(CONBRACE)**, VI Congresso Internacional de Ciências do Esporte (CONICE), Vitória, Brasil, 2015.

INÁCIO, H. L. D., SILVA, A. P. S., PERETTI, E. S., & LIESENFELD, P. A. Bastidores das práticas de aventura na natureza. In: SILVA, A. M., & DAMIANI, I. R. (Org.). **Práticas**

corporais: experiências em Educação Física para outra formação humana. Florianópolis: Nauembru Ciência e Arte, 2005, v.3, 69-87.

INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE [ICMBio]. **Visitação nos parques cresce pelo 12º ano seguido e bate 15 milhões em 2019** [citado em 18 de jun. 2020]. Disponível em: <<https://www.oeco.org.br/noticias/visitacao-nos-parques-cresce-pelo-12o-ano-seguido-e-bate-15-milhoes-em-2019/>>. Acesso em: 25 mai. 2021.

JAMBEIRO, O. **A TV no Brasil do século XX**. EDUFBA. Salvador: 2002.

KAY, J.; LABERGE, S. The ‘New’ Corporate Habitus in Adventure Racing. **International Review for the Sociology of Sport**, Londres: Inglaterra, 37:1, 17-36, 2002.

KOTLER, S. **Super-humanos:** como os atletas radicais redefinem os limites do possível. Tradução: Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2015

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. D. A.. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas. 2010.

LE BRETON, D. Risco e lazer na natureza. In: Marinho A, Bruhns HT (Org.). **Viagens, lazer e esporte:** o espaço da natureza. Barueri: Manole, 2006. p. 94-117.

LEVER, J. WHEELER, S. Mass Media and the Experience of Sport. **SAGE Social Science Collections**, Estados Unidos, V. 20, N. 1, 125-143, 1993.

LI, Q.; OTSUKA, T.; KOBAYASHI, M.; WAKAYAMA, Y.; KAGAWA, T. Acute effects of walking in forest environments on cardiovascular and metabolic parameters. **European Journal of Applied Physiology**, Tóquio, v. 111, n. 11, p. 2845-53, 2011.

LOUV, R. **A última criança na natureza**. São Paulo: Aquariana, 2016.

LUCENA, W. M. **A História do Montanhismo no Rio de Janeiro:** dos primórdios aos anos 1940. Rio de Janeiro: S.N., 2006.

MAGUIRE, J. Sport and Globalization: key Issues, Phases and trends. In: RANEY, A. A.; BRYANT, J. **Handbook of sports and media**. Mahwah: L. Erlbaum Associates, 2006. p. 470-481.

MARCHI, K. B. **Do SURF AO TOW-IN:** do processo civilizador à sociedade de risco. 2017. 175 f. Tese (Doutorado em Educação Física) – Setor de Ciências Biológicas, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2017.

MARCHI JÚNIOR, W.. O esporte “em cena”: perspectivas históricas e interpretações conceituais para a construção de um modelo analítico. **The Journal of the Latin American Socio-cultural Studies of Sport**, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 46-67, 2015

MARINHO, A. Lazer, aventura e risco: reflexões sobre atividades realizadas na natureza. **Movimento**, Porto Alegre, v. 14, n. 2, p. 181-206, 2008.

MARINHO, A.; BRUHNS, H. T. **Viagens, Lazer e Esporte: o espaço da natureza**. Barueri: Manole, 2006.

MARINHO, A.; SHCWARTZ, G. M. Atividade de Aventura Como Conteúdo da Educação Física: reflexões sobre seu valor educativo. Revista Digital **EFdeportes** - Buenos Aires, 2005. Disponível em: < <https://www.efdeportes.com/efd88/avent.htm> > acesso em 25/04/2020.

MATTOS, R. da S. **Pesquisa Qualitativa em Educação Física**: da graduação ao doutorado. Curitiba, CRV, 2016.

MCDANIEL, S. R. Reconsidering the Relationship Between Sensation Seeking and Audience Preferences for viewing Televised Sports. **Journal of Sport Management**, Estados Unidos, 17, 13-36, 2003.

MEIO&MENSAGEM. **Em novo projeto, off valoriza ecologia**: canal irá divulgar pílulas com histórias e projetos de valorização do meio ambiente. 2015: Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2015/02/18/em-novo-projeto-canal-off-valoriza-ecologia.html>> Acesso em 11 jun. 2018.

MEI-DAN, O. Children and extreme sports: a parent's perspective. **Research in Sports Medicine**, Inglaterra, 26:1, 1-4, 2018.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde (13ª Ed). São Paulo, SP: Hucitec, 2013.

MILLER, J. R.; DEMOINY, S. G. Parkour: A New Extreme Sport and a Case Study. **The Journal Of Foot & Ankle Surgery**, V. 47, N. 1, jan., Estados Unidos, 2008.

MOHER, D.; LIBERATI, A.; TETZLAFF, J.; ALTMAN, D.G. . Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. **Annals of Internal Medicine**, 2009, nº 151, vol. 4, p. 264-269. PubMed.

MUANIS, F. A imagem-ritmo e o videoclipe no audiovisual. **Galáxia**, São Paulo, n. 24, p. 64-76, 2012.

MUNHOZ, J. F.; GONÇALVES JUNIOR, Luiz. Atividades físicas de aventura na natureza: trajetória na região de São Carlos. In: **III Congresso Científico Latino-Americano UNIMEP/FIEP**, 2004, Piracicaba. Anais do III Congresso Científico Latino-Americano UNIMEP/FIEP. Piracicaba: UNIMEP/FIEP, 2004.

MUROS, J. J. *et al.* The association between healthy lifestyle behaviors and health-related quality of life among adolescents **Jornal de Pediatria**, v. 93, n. 4, jul-ago, p. 406-412, 2017.

NEIRA, M. G. Incoerências e inconsistências da BNCC de Educação Física. **RBCE**. Florianópolis, SC: 2018; 40(3): 215-223.

NETO, A. F. **Midialização**: o poder da mídia. São Paulo: Nobel, 2006.

NETO, O. C. O Trabalho de campo como descoberta e criação. In: DESLANDES, Suely Ferreira; NETO, Otávio Cruz; MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

NETO, W. **Guia de Trilhas de Petrópolis**. Rio de Janeiro: Sindicato nacional dos editores de livros, 2008.

NOVAES, R. C.; TRIANI, F. da S.; TELLES, S. de C. C. A Educação Física na Base Nacional Comum Curricular: desconstruindo o discurso neoliberal. **Revista Humanidades e Inovação**. Palmas, TO: 2020; v.7, n.10.

NUTTALL, C. **Teaching reading skills in a foreign language**. London: Heinemann International, 1982.

OLIVEIRA, E. Covid-19: Brasil bate tristes recordes em maio. **ESTADO de MINAS**, Belo Horizonte, 31 de maio de 2020. Disponível em:
<https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2020/05/31/interna_nacional,1152333/covid-19-brasil-bate-tristes-recordes-em-maio.shtml>. Acesso em 11 de maio de 2021.

ORLANDI, E. P. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Campinas: Pontes; 2007.

COSTA, R. de S. O. da. **Educação Física e Desenvolvimento Sustentável**. Niterói, RJ: Ima, 2006.

PAIXÃO, J. A. da. **O esporte de aventura no currículo da educação física escolar**: possibilidades de intervenção. Viçosa: ed. UFV, 2018.

PEREIRA, D. W. **Pedagogia da Aventura na Escola**: Proposições para a base nacional comum curricular. Várzea Paulista, SP: Fontoura, 2019.

PEREIRA, D. W.; TAVARES, J. T.; SUZUKI, Frank Shiguemitsu. Slackline: saúde, aventura e emoção para os idosos. **Pensar a Prática**, 19(2). 2016.
<https://doi.org/10.5216/rpp.v19i2.36034>

PEREIRA, D. W. **Atividades de aventura**: em busca do conhecimento. Várzea Paulista, SP: Fontoura, 2013.

PEREIRA, D. W.; ARMBRUST, I. **Pedagogia da Aventura**: os esportes radicais, de aventura e de ação na escola. 1 ed. Jundiaí-SP: Fontoura, 2010.

PEREIRA, D. W. Vertigem nos Jogos Olímpicos: a aventura em questão. **Rebescolar**. São Paulo: jul. 2020.

PEREIRA, D. W.; ARMBRUST, I.; RICARDO, D. P. Esportes radicais, de aventura e ação: conceitos, classificações e características. **Corpoconsciência**, Santo André, v. 12, n. 1, p. 18-34, jan/jun, 2008.

PEREIRA, D. W. **Escalada**. São Paulo: Odysseus, 2007.

PIMENTEL, G. G. de A. **Anais do I Seminário de Estudos do Lazer**. Iniciação Científica (CESUMAR), Maringá-PR: Cesumar, v.02, n. 01-54, p. 33-36, 2000.

PIMENTEL, G. G. de A.; SAITO, C. F. Caracterização da Demanda Potencial por Atividades de Aventura. **Motriz**: São Paulo, v. 16, p. 152-161, 2010.

PINTO, F. M.; BASSANI, J. J.; VAZ, A. F. Sentidos das práticas corporais fora da escola para alunos dos anos iniciais do ensino fundamental. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis, v. 34, n. 4, p. 909-923, 2012.

PLATAFORMA AGENDA 2030. **Agenda 2030**. Disponível em: <<http://www.agenda2030.com.br/>>. Acesso em 10 Fev. 2021.

PORRETTI, M. F. **Contribuições dos docentes de educação física das escolas municipais de Petrópolis sobre uma reflexão curricular para uma Sociedade Sustentável**. 2011. Dissertação (Mestrado em Ciências da Atividade Física) – Universidade Salgado de Oliveira, Niterói, 2011.

PORRETTI, M. F.; OSBORNE, R.; DEVIDE, F. Inovações curriculares para a educação física escolar. In: OSBORNE, R.; SILVA, C. A. F. da; SANTOS, R. F. dos. **Complexidade da educação física escolar**: questões atuais e desafios para o futuro. Rio de Janeiro: Lamparina, Faperj, 2013. p. 140-157.

PORRETTI, M. F.; PESSOA, F. A.; ASSIS, M. R. de. Montanhismo: um relato de experiência da interdisciplinaridade entre educação física e geografia. **Caderno de Educação Física e Esporte**, Paraná, V. 18, N. 1, 2020a.

PORRETTI, M. F.; TRIANI, F. S.; Candido, C. M.; ASSIS, M. R. Sentidos que o esporte de aventura pode alcançar na mídia: o Canal OFF e suas pílulas. **Temática**, Paraíba. v. 07, p. 155-171, 2020b.

PORRETTI, M. F.; PESSOA, F. A.; PITZER, L. da S.; SAINT'CLAIR, E. da M. Aventura e natureza: os riscos, os cuidados e seu espaço no contexto da educação física. In: MOCARZEL, R. C. da S. (org.). **Bacharelado em Educação Física**. Curitiba: Appris, 2021.

PORTAL BRASIL. **Comitê olímpico anuncia cinco novas modalidades para os Jogos de Tóquio**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/esporte/2016/08/comite-olimpico-anuncia-cinco-novas-modalidades-para-os-jogos-de-toquio>>. Acesso em: 18 Nov. 2016.

PROPOSTA de emenda à constituição 138/03. **PEC da Juventude**. [citado em 25 de out de 2016]. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=129219>. Acesso em: 25 out. 2016.

PUCHAN, H. Living “extreme”: Adventure sports, media and commercialization. **Journal of Communication Management**. Inglaterra, V. 9, N. 2, p. 171 – 178, 2005.

RECH, R. R.; FONSECA, G. M. M. (orgs.). **Educação física escolar**: propostas pedagógicas para a educação básica. Caxias do Sul, RS: São Miguel, 2019.

RIBEIRO, A. Esporte e atividade de aventura na melhora dos sintomas da depressão. In: PEREIRA, Dimitri Wuo. **Atividades de aventura: em busca do conhecimento**. Várzea Paulista, SP: Fontoura, 2013. p. 29-37.

RIBEIRO, N. W. ANDRADE, F. Imaginário social de jovens escolares sobre os esportes de aventura. **Anais do VIII CBAA – Congresso Brasileiro de Atividades de Aventura/ II CIAA – Congresso Internacional de Atividades de Aventura: “Dimensões, Avanços e Legados”** Vila Velha: ES, Brasil, 2014.

RINEHART, R. Inside of the Outside: pecking orders within alternative Sport at ESPN's 1995 “The eXtreme Games”. **Journal of Sport and Social Issues**. 22: 398, Nov., 1998.

ROCCO, T. S.; BLISS, L. A.; GALLAGHER, S.; PÉREZ-PRADO, A. Taking the Next Step: mixed methods research in organizational systems. **Information Technology, learning, and Performance Journal**, EUA: v. 21, n. 1, 2003.

ROCHA, J. C. P.; PEREIRA, R. S. Do mar para a piscina: a cobertura midiática do primeiro evento do campeonato mundial de surfe em ondas artificiais. **Anais do XXI Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte e VIII Congresso Internacional de Ciências do Esporte “O que pode o corpo no contexto atual?”**, Natal: RN, Brasil, 2019.

RODRIGUES, C. Dicionário do “aventurês”. In: BERNARDES, L. (org.). **Atividades e esportes de aventura para profissionais de educação física**. São Paulo: Phorte, 2013. p.321-358.

ROSE, N. **Inventando nossos selfs: psicologia, poder e subjetividade**. Petrópolis: Vozes, 2011.

ROWE, D. Chapter 1: Understanding Sport and Media: a socio-historical approach [online]. In: **Sport, culture and the media: the unruly Trinity**. Maidenhead: Open University Press, 2004. p. 11-36. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/redecedesrs/wp-content/uploads/2019/06/1_Sport_Culture_and_the_Media.pdf>

SABINO, J. L. M. F.; SILVA, G. D.; PADUA, F. L. C. El potencial de la imagen de la televisión em la sociedade de la cultura audiovisual. **Intercom, Revista Brasileira de Ciência e Comunicação**, v. 39, n. 2, p. 65-80, 2016.

SANTAELLA, L. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002a.

SANTAELLA, L. **Matrizes da linguagem e do pensamento: sonora, visual e verbal**. São Paulo: Iluminaras, 2002b.

SANTANA, W. P. **Vasco da Gama: Remo, história**. Disponível em: <<https://vasco.com.br/conteudo/remo-historia/>> Acesso 22 fev. 2021

SANTOS, A. L. P. dos; SIMÕES, A. C. Educação Física e Qualidade de Vida: reflexões e perspectivas. **Saúde e Sociedade**. São Paulo, v.21, n.1, p.181-192, 2012.

SCHWARTZ, G. M. **Aventuras na Natureza: consolidando significados**. Jundiaí/SP: Fontoura, 2006.

SCHWARTZ, G. M.; PEREIRA, L. M.; FIGUEIREDO, J. de P.; CHISTOFOLETTI, D. F. A.; DIAS, Viviane Kawano. **RBCE**, Florianópolis, SC: 2016; 38(2): 156-162

SEILER, S. Same Citius, Altius, Fortius... More Women, Crashes, and McTwists? **International Journal of Sports Physiology and Performance**, Estados Unidos, v. 9, p. 122-127, 2014.

SENADO FEDERAL. Conferência Rio-92 sobre o meio ambiente do planeta: desenvolvimento sustentável dos países. 2012. Disponível em: <<https://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/rio20/a-rio20/conferencia-rio-92-sobre-o-meio-ambiente-do-planeta-desenvolvimento-sustentavel-dos-paises.aspx>>. Acesso em 27 set. 2021.

Silva, D. P., Silva, P. R. P. de F., Souza, J. V. de, & Cotes, M. Atividade Física de Aventura na Natureza para Pessoas com Deficiência. **LICERE - Revista Do Programa De Pós-graduação Interdisciplinar Em Estudos Do Lazer**, 2019 22(2), 268-296.
<https://doi.org/10.35699/1981-3171.2019.13557>

SILVA, P. C. da C.; MARCELOS, L. J. R. O perfil dos profissionais que atuam com as Atividades Físicas de Aventura na Natureza na região metropolitana de Vitória/ES – Brasil. In: **Congresso Ibero-Americano de investigação qualitativa**. Lisboa, Portugal: Atas – investigação qualitativa em educação, v.1, 2019. p. 354-359.

SILVA, P. M. da. A aventura como solução de turismo sazonal no município de São Sebastião-SP. In: PEREIRA, D. W (org.). **Novas experiências na aventura**. São Paulo: Lexia, 2015. p. 10-26.

SILVA, R. L. A mulher e as atividades físicas de aventura na natureza: uma relação sensível. In: SCHWARTZ, Gisele Maria. **Aventuras na Natureza: consolidando significados**. Jundiaí/SP: Fontoura, 2006, p. 225-234.

SOUZA, M. T.; SILVA, M. D.; CARVALHO, R. Revisão integrativa: o que é e como fazer. **Einstein**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 102-106, jan./mar. 2010.

THOMAS, J.; NELSON, J. K.; SILVERMAN, S. **Métodos de Pesquisa em Atividade Física**. São Paulo: ARTMED, 2012.

TRIANI, F.; TELLES, S. C. C. Representações sociais sobre os esportes de Aventura na educação física. **Interfaces da educação**, v. 10, n. 30, p. 293-314, 2019.

TRIANI, F. da S.; SAMPAIO, B. H. R.; CASTRO, L. M. de. PAIXÃO, J. A. da. Esportes de aventura praticados na Barra da Tijuca e São Conrado, RJ: um levantamento das modalidades e formação do instrutor. **Motrivivência**, v. 32, n. 61, p. 1-15, 2020.

TUBINO, M. J. G. **Dimensões Sociais do Esporte**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

TUBINO, M. J. G. **Estudos Brasileiros sobre o Esporte: ênfase no esporte educação**. Maringá: Eduem, 2010.

UNESCO. **Década das Nações Unidas da Educação para o Desenvolvimento Sustentável 2005-2014**: documento final Plano Internacional de Implementação. Brasília: UNESCO, 2005.

US. NEWS & WORLD REPORT. **Adventure**: The best countries to fulfill your wanderlust. Popular travel destinations such as Brazil and Italy top the list. Disponível em: <<https://viagemempauta.com.br/2016/01/26/melhor-destino-de-aventura-do-mundo/>> Acesso em: 10 maio 2017.

UVINHA, R. R. **Juventude, lazer e esportes radicais**. 1. ed. São Paulo: Manole, 2001.

UVINHA, R. R. **Turismo de aventura**: uma análise do desenvolvimento desse segmento na Vila de Paranapiacaba. 2003. 184 p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação - Turismo e Lazer), Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, USP, 2003.

VIEIRA, Douglas; SILVEIRA, Leandro. Os espíritos do skate e do surfe têm muito de olímpicos (e Brasil como potência). CNN Brasil Esporte. 2021. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/esporte/os-espiritos-do-skate-e-do-surfe-tem-muito-de-olimpico-e-brasil-como-potencia/>>. Acesso em 27 set. 2021.

VISCARDI, A. A. da F.; FIGUEIREDO, J. de P.; CORREIA, P. M. dos S.; MARINHO, A. Participação de idosos em atividades de aventura na natureza: reflexões sobre aspectos socioambientais. **Motrivivência**, Santa Catarina: v.30 n.53, 2018.

WAVES. **Os surfistas mais bem pagos**. Disponível em: <<https://www.waves.com.br/variedades/novidade/os-mais-bem-pagos/>> Acesso em 27 abr. 2021.

ZAIM-DE-MELO, R.; SOARES, I. C. Atividades físicas de aventura na natureza na escola na cidade de Bonito, MS: um estudo de caso. **Anais do V Congresso Brasileiro de Atividades físicas de Aventura**, “Entre o Urbano e a Natureza: A inclusão na aventura”. São Bernardo do Campo, SP, Brasil, 2010.

GLOSSÁRIO

O glossário abrange alguns termos ou metáforas dos esportes de aventura utilizados ao longo do trabalho, e foram empregados como referências para sua montagem Pereira (2007), Rodrigues (2013) e pesquisas em dicionários.

360°	(1) Termo utilizado em carro a vela que define uma manobra que utiliza a janela de vento com dois giros de 180° em torno do piloto. (2) Manobra de surfe que consiste em executar uma volta completa com a prancha em torno de si e continuar na mesma direção. (3) Manobra de <i>wakeskate</i> em que o atleta realiza uma rotação de 360° no ar. (4) Manobra de <i>kayaksurf</i> em que se realiza uma volta de 360° apenas com uma pagaiada e com um ângulo de elevação inferior a 45°.
Abriu uma via	Estabelecer pela primeira vez um percurso de uma ascensão deu uma face da rocha em neve ou gelo. O termo é aplicado nas disciplinas da escalada, bem como em vias de alpinismo.
Acampamentos	Dormir em barracas ao ar livre.
Aclimação	Termo de montanhismo que designa habituar-se à mudança de altitude.
Aéreo	Termo de <i>kayaksurf</i> que se refere a quando a onda permite - pois tem de ser muito rápida e poderosa -, que se suba sua parede, saltando literalmente na sua crista de forma a reentrar na parede. O caiaque tem de perder totalmente o contato com a onda (daí o movimento aéreo). Também utilizada neste trabalho para definir manobra de surfista saltando as ondas.
<i>Aerial 360°</i>	Variação da manobra 360° em que o surfista executa a mesma manobra durante o voo com a prancha (surfe, <i>bodyboard</i>).

Agressivo	Atividades realizadas de maneiras mais radicais e desafiadoras.
<i>Air</i>	Manobra de skate que se refere à quando o skate sai do chão sem <i>ollie</i> .
<i>Aloha</i>	Saudação havaiana, pode ser um olá ou até logo, frequentemente utilizada por surfistas, e também significa um estado de espírito ligado a boas energias.
Alta montanha	Montanhas acima de 2.500 m de altitude.
Ancoragens	Termo utilizado na escalada feita por grampos ou pitons para prender equipamento. Podendo ser ancoragem fixa ou móvel.
Apneia	Ato de inspirar e prender a respiração durante o mergulho livre (mergulho).
<i>Aquaride, Acquaride</i>	Derivado da canoagem, praticada em “águas brancas”, ou seja, consiste em descer corredeiras de rios em bote inflável individual. o praticante se posiciona de peito, com as pernas abertas, dando equilíbrio e os braços dentro da água usando as mãos como leme e remo. Sendo cinco as categorias de competição. Profissional, master, juvenil, feminino e amadores. Luva e capacete são equipamentos de proteção obrigatórios, sendo as modalidades: <i>slalom</i> , descenso, <i>freestyle</i> e <i>sprint</i> .
Arvorismo ou arborismo	Percurso feito em árvores ou outras estruturas de variadas alturas em que estão instalados equipamentos para realização de técnicas verticais (de uma árvore a outra – pontes) como tirolesa, rapel, travessia por obstáculos e outras.
Asa delta	Aeronave ou planador, composta de tubos de alumínio e tecido que sustentam e dão aerodinâmica, utilizada para prática de voo livre.

Ascensão	Refere-se ao ato de subir a um ponto mais alto de uma montanha.
Ascensor	Termo de montanhismo que se refere a um aparelho mecânico composto por um punho permitindo a subida por uma corda fixa. Desliza no sentido ascendente e trava no sentido descendente. É considerado como um bloqueador.
Ataque	Termo utilizado em ciclismo que significa aceleração rápida para se adiantar em relação a um ciclista ou grupo de corredores.
Avalanche	Queda de uma grande massa de neve com variados níveis. É possível prever sua queda para a montagem de segurança de equipamento de montanhismo.
<i>Back side</i>	É quando o surfista pega onda posicionando-se de costas para ela (surfe).
<i>Back surf</i>	O canoísta com uma ligeira movimentação (com um sem a ajuda da pagaia), coloca o caiaque a surfar de ré (<i>kayaksurf</i>).
<i>Back to front</i>	Gíria utilizada em <i>kitebuggy</i> . Refere-se à manobra em que o piloto voa para trás, executa um 360° e termina retornando para a posição inicial.
Balonismo	Modalidade aérea esportiva e de turismo que consiste em voos de balão feitos de material anti-inflamável aquecido com chamas de gás propano.
Base jump	Modalidade onde se salta de penhascos, pontes, prédios e em seguida abra-se o paraquedas apropriado para baixas altitudes.
Bateria	Intervalo de tempo entre competidores.

<i>Bike BMX</i>	Praticado de bicicleta, também conhecido como <i>bicicross</i> , é uma corrida de bicicleta em pistas de terra.
<i>Bike trial</i>	Nesse esporte se ultrapassa obstáculos artificiais ou naturais de bicicleta.
<i>Bodyboarding, bodyboard</i>	Derivado do surfe, onde se utiliza uma prancha para deslizar na água deitado sobre ela, também chamado de surfe de peito, segurando a extremidade da prancha com as mãos.
<i>Boia-cross</i>	Consiste na descida em grandes boias redondas pelo leito dos rios em níveis de corredeiras leves, moderados, podendo ser praticado por todas as pessoas de acordo com a dose de emoção desejada.
<i>Bowl</i>	Pista de skate em formato oval, de origens em piscinas.
<i>Bungee jump</i>	Modalidade radical onde se salta de pontes ou penhascos presos por uma corda elástica à cintura e aos pés.
<i>Caiaque</i>	Termo de canoagem que se refere a um barco com compartimento fechado e remo duplo, ou seja, com duas pás.
<i>Canoagem</i>	Modalidade realizada por meio de embarcações (canoa, caiaque ou duck) em águas de mar ou rios. Subdivide-se em canoagem velocidade, canoagem <i>slalom</i> , paracanoagem, canoagem descida, canoagem maratona, canoagem oceânica, canoagem onda, <i>rafting</i> , <i>freestyle</i> , <i>outrigger</i> e <i>acquaride</i> .
<i>Canyoning, canionismo</i>	Consiste na descida de cursos d'água usualmente em cânions, sem embarcação, com transposição de obstáculos aquáticos, horizontais ou verticais. A atividade é muito dinâmica e utiliza diversas técnicas para a sua realização a depender dos obstáculos oferecidos pelo cânion explorado. De acordo com o grau de dificuldade, o cânion pode ser uma caminhada leve ou uma atividade esportiva mais

completa com prática de rapel, saltos, desescalada, passagens em corrimãos, natação, tobogãs, entre outros.

Casca grossa	Termo utilizado para descrever esportistas de aventura mais fortes e experientes.
Ciclismo	Prática de usar bicicleta para se locomover.
Corrida de aventura	Evento sem paradas obrigatórias, multidisciplinar, com a participação de equipes mistas e formadas por competidores masculinos e femininos, em alguns casos, pode ser chamada de “expedição com horário limite”. O objetivo da competição é ser a primeira equipe completa a cruzar a linha de chegada. As disciplinas mais comuns envolvidas são orientação, o <i>trekking</i> , a <i>mountain bike</i> , a canoagem e técnicas verticais. A duração do evento varia dos triatlos <i>off-road</i> até expedições de 15 dias.
<i>Cross country</i>	Termo utilizado em alguns esportes. (1) Modalidade de voo livre em que o piloto pega várias térmicas e procura percorrer a maior distância em quilometragem. (2) Modalidades de <i>motocross</i> em que os pilotos enfrentam um curso predeterminado de 5 a 30 km de trilhas naturais com variações de solo e obstáculos, como rios, pedras, poeira e outros. (3) Termo de corrida de aventura que se refere à realização de percurso, normalmente entre cidades ou países com quilometragens variadas dependendo das modalidades praticadas.
<i>Crowd</i>	Muita gente surfando na mesma área, termo também foi utilizado em nosso trabalho por skatistas.
Da hora	Termo utilizado para mencionar alguma coisa boa, legal.
<i>Down hill</i>	(1) Modalidade de <i>mountain bike</i> que emprega bicicletas sofisticadas e com <i>full suspension</i> para descidas radicais, com topografias

variadas. (2) Modalidade de skate em que se desce ladeira. Utilizando-se *longboards*. (3) Modalidades de *skate mountain board* que consiste em descer por ladeiras em terrenos acidentados o mais rápido possível. (4) Modalidade de *skate snakeboard* praticada a partir do topo de uma montanha. Quem chega primeiro é o vencedor. (5) Modalidade de patins *in-line* que consiste na descida de ladeiras.

Dropar

Descer na crista da onda.

Escalada em rocha

Submodalidade de escalada em montanhismo que consiste em subir uma rocha em que se privilegia mais a força física de explosão em detrimento da resistência física.

Escalada *indoor*

Submodalidade do montanhismo que pode ser praticada em pequenas falésias – rochas pequenas de até 20 metros, sob condições controladas de segurança. A grande dificuldade técnica exige perícia do escalador, que deve ter bastante experiência para enfrentar os movimentos mais difíceis e com alto grau de precisão, o que dá à modalidade um desafio maior. A diferença entre falésia e *Boulder* – pequenos blocos de pedras – é que, neste, não há necessidade de cordas para a escalada.

Escalada no gelo

Escalada praticada em neve, exigindo planejamento, observação das condições meteorológicas e equipamentos específicos e adequados ao clima inóspito.

Excursionismo

Realização de prática de viagens para recreação ou estudo no ambiente natural.

Freesurf

Surfista que surfa por prazer, normalmente longe do *crowd*. Não participa de campeonatos regularmente.

<i>Freestyle</i>	Termo utilizado para descrever o estilo livre, manobras livres, e utilizado por várias modalidades e submodalidades de esportes de aventura.
Gerenciar riscos	Envolve o processo de planejamento, organização, controle e execução dos materiais e das atividades e esportes de aventura.
<i>Grab</i>	(1) Manobra em que o surfista coloca a mão na borda da prancha para pegar um tubo de <i>back side</i> . (2) Segurar o skate.
<i>Half</i>	(1) Pistas de gelo em forma de “U” para uma das práticas <i>freestyle</i> de <i>snowboard</i> . (2) Pista para a prática de <i>freestyle</i> das modalidades de skate e patins.
<i>Hata-yoga</i>	Busca de equilíbrio da força solar e lunar, como objetivo da prática de Yoga.
<i>Hobby</i>	Prática de esportes de aventura por lazer, distração ou passatempo.
<i>Inside</i>	Dentro da arrebentação (surfe).
<i>Ironman</i>	Prova esportiva que envolve corrida ciclismo e natação, traçada como definição de um atleta forte e com muita resistência. Pois envolve 3.860 metros de natação, 180,25 km de ciclismo e 42,195 km de corrida.
<i>Kitesurfe</i>	Derivado da vela que mistura surfe, <i>wakeboard</i> , skate e parapente e consiste em deslizar sobre a água em uma prancha pequena, puxado por uma pipa (<i>Kite</i>) que tem a função de uma asa impulsionado pelo vento. O equipamento é uma prancha e uma pipa (parapente) que fica esticada por linhas a 30 metros de distância, possibilitando saltos e velocidades incríveis.
<i>Lip</i>	Crista da onda (surfe).

Locais remotos	Locais de difícil acesso, inóspitos, hostis ao homem.
<i>Longboarder</i>	(1) Submodalidade do skate que usa um skate maior que o convencional, com 40 polegadas (cerca de 1 metro) no mínimo. Com este tipo de skate o praticante faz as modalidades de <i>street</i> , <i>banks</i> , <i>miniramp</i> , <i>downhill-speed</i> , <i>downhill-slide</i> e até vertical (skate). (2) Prancha grande de surfe, acima de 9 pés de comprimento.
Luta pelo skate feminino	Busca da inserção feminina na prática do skate.
<i>Lyfe style</i>	Estilo de vida aventureiro, levar a prática de uma modalidade de esporte de aventura como um estilo de vida.
Mandar manobras	Realização de várias manobras, arrojadas e radicais.
Mega rampa	Rampa com formato e estrutura grandes geralmente utilizada para prática de skate, BMX e patins. Também pode ser chamada de “ <i>big air</i> ” (grande aéreo), pois proporciona um salto com voo longo e aterrissagem na pista com grande área, devendo ser utilizados equipamentos de proteção.
Mergulho autônomo	É o mergulho onde se utiliza equipamento específico, cilindros de ar, dando maior autonomia ao mergulhador que pode ficar mais tempo embaixo d’água.
Mergulho livre	Mergulho em que se utiliza somente o ar contido nos pulmões, utilizando máscara, nadadeiras e respirador. Podendo ser realizado em piscinas, lagos, rios e no mar.
Monoquilha	É a prancha que só tem uma quilha, refere-se a uma prancha mais clássica, atualmente usada em <i>longboards</i> .

Montanhismo	Exploração de montanhas caminhando ou escalando, em montanhas nevadas ou não.
Moto aquática, Jet ski	O produto Jet Ski é marca registrada da Kawasaki, uma das fábricas que produzem embarcações do tipo moto aquática. O nome o esporte é, na verdade moto aquática a hidrojato.
<i>Mountain bike</i>	Modalidade de ciclismo praticada em pistas de terra como objetivo de transpor percursos com diversas irregularidades e obstáculos. Suas submodalidades são <i>cross country</i> , <i>trip trial</i> , <i>downhill</i> , <i>trial</i> , <i>bicicross</i> e enduro de regularidade.
Muito estilo	Com muito requinte, refinamento.
Muito louco	Uma coisa muito legal, muito desafiadora, muito bacana e interessante no contexto dos esportes de aventura.
<i>Outside</i>	Qualquer local fora da arrebentação (surfe).
Parapente	Submodalidade do voo livre, termo de origem francesa e no inglês chama-se <i>paraglider</i> . É um equipamento semelhante ao paraquedas, porém mais versátil possibilitando salto de encostas em penhascos, prédios, pontes, para se flutuar até pousar no chão.
Parapente motorizado	Idêntico ao parapente, porém com a adaptação de um motor a combustível.
Paraquedas	Equipamento utilizado por paraquedistas para voo livre e com intensão de plainar no ar diminuindo a velocidade de queda.
Paraquedismo	Esporte de aventura realizado por desportistas que saltam de aeronaves ou de ponte, penhascos, e fazem uso do paraquedas para plainar no ar e diminuir a velocidade de queda. Também praticado por militares.

Parkour	Atividade física que desenvolve o deslocamento. São utilizadas as habilidades do corpo humano em conjunto para dominar o ambiente em sua totalidade, de forma a conseguir se movimentar livremente passando por obstáculos que surgirem no caminho. A ideia é traçar um percurso ou objetivo e, por meios próprios, alcançá-lo independente dos obstáculos que surgirem no caminho.
Patins roller	São os patins em que todas as rodas têm uma mesma linha de colocação.
Quilha	Termo utilizado pelo voo livre e surfe. (1) No voo livre se refere a um tubo de alumínio que sustenta toda a asa. Serve inclusive para apoiar a asa quando montada no chão, servindo como descanso. (2) Equipamento de surfe e windsurfe com tamanho e forma que acompanham a variação do tamanho da vela usada, situada na rabeta. Oferece estabilidade direcional à prancha.
<i>Rafting</i>	Derivado da canoagem e consiste na descida de rios em botes infláveis.
Raízes	Origens, retorno ao passado.
Rapel	Submodalidade de escalada em montanhismo; trata-se de uma técnica de descida por cordas, derivada do alpinismo. Essa modalidade pode ser praticada em outros tipos de locais como cachoeiras, prédios, paredões, abismos, penhascos, pontes e declives, com a utilização de cadeirinha de alpinismo, cordas, mosquetões, freios e às vezes, roldanas.
Retrô	Termo utilizado para se referir a algo do passado, até mesmo um estilo de vida antigo.

Rôle	Saída, passeio, gíria de origem brasileira utilizada neste trabalho principalmente por skatistas.
<i>Sandboarding</i>	Prática de deslizar na areia com uma prancha de madeira ou fibra executando manobras em dunas. Mistura de skate, surfe e snowboard, também conhecida como versão tropical do snowboard.
<i>Shorebreak</i>	São as ondas forte e pequenas, também chamadas de bombas e narradas neste trabalho na série “pelos lentes de Clark Little”.
Skate, skateboarding, Skateborder	É uma modalidade de esporte de aventura cujo equipamento principal é o próprio skate (composto por quatro rodas em dois eixos fixadas à uma prancha). Onde o skatista realiza manobras de baixo a altos graus de dificuldades. Derivado do surfe de asfalto.
Skate street	Submodalidade do skate praticada na rua ou em um recinto com instalações desenhadas para este fim – <i>funbox</i> , <i>launch ramps</i> , <i>quarterpipes</i> , <i>wallrides</i> , ou qualquer tipo a exceção de <i>mini-ramp</i> e <i>half-pipe</i> . Modalidade de competição mundial e olímpica.
<i>Ski</i> , Esqui	Modalidade de esporte de aventura, utilizada para meio de transporte na neve. Porém pode ser praticado também na água. O equipamento consiste em um par de patins ou pranchas que servem para deslizar na água ou na neve. Existindo as submodalidades esqui alpino, esqui de fundo, esqui nórdico, esqui cross-country, esqui alpinismo, estes realizados na neve, e esqui aquático, realizado na água.
<i>Sky surf</i>	É um tipo de caiaque projetado para águas abertas, oceanos, sendo controlados por remo e pedais controlados pelos pés conectados a um leme de popa.
<i>Snowboard</i>	Surfe na neve praticado com uma prancha especial. Pode ser praticado nas pistas ou fora delas. Existem diversas modalidades de

snowboard para competição: *slalom*, *slalom* gigante, supergigante, *freestyle* e *big air*.

Surfe Deslizar sobre as ondas em direção à praia, normalmente utilizando-se de prancha. Suas submodalidades são *skimboard*, *bodysurf*, *stand up paddle*, *kneeboarding wake*, *foilboard*, *wakeboard*, *bodyboard* e *tow in*.

Surfe em piscinas artificiais Surfe praticado em piscina de ondas.

SuP – Stand Up Paddle Derivada do surfe é utilizada uma prancha e um remo que o praticante utiliza para se deslocar em rios e mar. Existindo vários tipos de pranchas a serem utilizadas dependendo da distância a ser percorrida ou no caso de se pegar uma onda.

Swell Ondulação da onda (surfe).

Tá ligado Gíria que significa entende, também apareceu em maior parte utilizado por skatistas.

Técnicas verticais São as técnicas utilizadas com uso de cordas e equipamento específicos, podendo os deslocamentos serem tanto na vertical como na horizontal. Utilizadas no rapel, canionismo, tirolesa, escalada, cachoeirismo.

Tirolesa Cabo aéreo tensionado ligando dois pontos na horizontal ou diagonal, em que o praticante, ligado a ele, desliza entre um ponto e outro. É um deslocamento rápido, cujo deslize ocorre com um auxílio obrigatório de roldanas, mosquetões e uma cadeirinha de alpinismo.

Trampo Trabalho, serviço.

Transformação pessoal	Vai ao encontro de que a prática de esportes de aventura pode proporcionar mudanças de atitudes, podendo ser associadas a cuidados consigo mesmo, com outras pessoas, com o meio ambiente e mudanças para hábitos mais saudáveis.
<i>Trekking</i> , Trilha, Caminhada	Caminhar por percursos a pé em grupo ou individualmente em meio natural.
Vacas	Quedas e tombos.
<i>Vibe</i>	Gíria utilizada para vibração, geralmente associada a vibrações positivas.
Voo livre	Atividade aérea praticada com asa-delta ou parapente, cuja definição é codificada pela Federação Aeronáutica Internacional (FAI).
<i>Windsurfe</i>	Derivada de vela praticada em prancha idêntica à de surfe e com uma vela entre 2 e 5 metros de altura; consiste em planar sobre a água utilizando a força do vento. Existem as submodalidades como fórmula, <i>freestyle</i> , mistral, <i>raceboard</i> , <i>slalom</i> , <i>speed</i> e <i>wave</i> .

APÊNDICE A - Parte de nosso rascunho digital

No quadro abaixo exemplificamos como se deu a extração dos dados de um programa do canal especificamente:

Exemplo de extração dos dados pela metodologia de Altheide e Schneider (2013)

Nº	Programa	Sinopse	Programas em sequência sendo repetidos
49	70 e tal: Arpoador	O episódio fala da casa do surfe carioca, ou seja, do arpoador. Lá era o ponto de referência, o point do Rio de Janeiro na época.	86, 117, 132, 149, 180, 206, 226, 255, 276
A) Título: 70 e Tal, 1ª Temporada, episódio 3 – Arpoador. 24 min. Link: https://canaisglobo.globo.com/assistir/canal-off/70-e-tal/v/2892835/ B) Surfe, História do surfe carioca e brasileiro, passa pelo skate. C) Crowd, é quando em uma mesma área tem muita gente surfando. D) John Magrath (freesurfer); Betinho Dias (instrutor de surfe e surfista, RJ); Roberto Menescal (músico, RJ); Maria Helena; Irency Beltrão (arquiteto, RJ); Bento Xavier da Silveira (corretor de imóveis, RJ); Russel Coffin; Arduino Colassanti (pioneiro do surfe no Brasil, RJ); Peter Troy (reprodução the surfer's jornal Brasil, australiano que ensinou os cariocas a realizarem manobras); Ceceu Pimentel (corretor de seguros, RJ); Marcelo Rabello; Franco Bota; Tarso Tenorio; Cauli Rodrigues (1977); Chico Paioli (técnico de surfe, SP); Lipe Dylon; Aninha e Ratinho; Victor Vasconcellos (Shaper e empresário, RJ); Marcos Berenguer (empresário, RJ); David Balzarack; Wady Mansur; Fred d'Orey (Ex-surfista profissional, RJ); Marcelo Peninha (empresário, RJ); Daniel Friedmann (Shaper e empresário, RJ); Cesinha Chaves; Rico de Souza; Yso Amsler, Faud Mansur (1975); Wady e Fuad Mansur (empresários, SP); Pepê e Otavio Pacheco (1977); Petit (1977); Daniel Sabba (1976); Fernando “Fedoca” Lima (fotógrafo, RJ); Direção, Concepção, roteiro: Rafael Mellin; Produção executiva: Bruno Lins; Direção de produção: Vivien Lynch; Direção de fotografia: Daniel Primo, Marcos Salamonde; Montagem: Mariana Benevello, André Callado, Rafael Mellin, Isis Mello; Gerente de produção: Renata Balthazar; Consultoria artística: Marcelus Viana; Direção externa: Sara Soares; Assistentes de produção: Gabriela Rocha, Luiza Barreto; Produção de arte e figurino: Dorys Hansen; Imagens: João Linhares, Daniel Primo, Marcos Salamonde, Rafael Mellin; Imagens aquáticas: Rick Werneck, André Portugal; Imagens adicionais: Pedro Castro, Sara Soares; Assistentes de câmera: Pedro Castro, Edmundo Albrecht, Lucas Dumphreys, Sigurd Quental, Swahili Moreira; Gerente de pós-produção: Ricardo D'Aguiar; Coordenação de pós-produção: Marcello Sampaio; Atendimento e produção de pós: Priscilla Ribeiro; Assistentes de edição: Juliane Westin, Luíza Amaral, Silvia Abreu; Cor: André Callado; Animação de fotos: Alice Garcia; Elenco de apoio: Aline Diniz, Andrezza Abreu, Michelle des Bouillons, Roberta Sertã; Departamento financeiro: Marcius Viana, Eduardo Pacheco, Demétria Krull; e arquivo pessoal de todos os surfista e pessoas descritas acima que contribuíram com as fotos exibidas no vídeo. Agradecimentos: Julio Adler, Koca Machado, Victor Vasconcellos, Hotstick, Superglass, Siebert Woodcraft Surfboards, Empty, O'Neill, Hang Tem, Lenny, Lez a lez, Overend, Outlines, e Equipe OFF. Grupo Sal.			

E) O Vídeo abre falando sobre o saudosismo dos anos 70, em seguida aparece escrito “A casa do Surfe”, seguido de imagens do Arpoador, Rio (final dos anos 60). Onde é falado que o Rio de Janeiro, já não era mais capital do Brasil, mas era capital da moda, da cultura, do cinema, então tudo era Arpoador, que era um point do Rio além de ser a casa do Surfe. Onde aparece imagens de Betinho em 2013, surfando uma 9’6” monoquilha (réplica de prancha dos anos 60), foi um point diferente do Rio de Janeiro e do Brasil. Surgiu nesta época a calça boca de sino (jeans boca de sino). Roberto Menescal narra o surgimento de uma música que fez muito sucesso e foi tocada em uma de suas idas ao Arpoador por um amigo. Aparece imagens de Bento e primos em uma foto nos anos 50 sentados no castelinho de Ipanema, que relata que o surfe nem existia assim aqui no RJ, na década de 50, a primeira prancha que ele viu foi vinda do estrangeiro, trouxeram do Havaí, diz ele ser de Paulo Lemos, que ficou no Country Club. E daí veio a época do madeirite, e foi evoluindo, onde chegou-se ao ponto da necessidade de uma prancha de fibra de vidro, se o mundo inteiro tinha, por que não aqui? Onde Arduino diz que finalmente conseguiu construir uma prancha de fibra de vidro e resina epóxi, fazendo de orelhada, segundo ele. Onde brincam falando sobre os detalhes das pranchas sendo fabricadas, uma com pedaços de jornal e areia que vinha com o vento, sendo feita na areia e outra sendo feita na mesa da sala de casa e polida com escova de dente. Aparece uma imagem com os pranchões de fibra em cima de um fusca no final dos anos 60 e uma mulher ao lado do fusca. Arduino diz que ele estava na experiência com estas pranchas quando veio ao Rio de Janeiro, Peter Troy, um Australiano que foi surfar no Peru, e depois foi para a Amazônia e veio descendo até o Rio e foi parar no Arpoador que era a praia dos Surfistas, onde Arduino emprestou sua prancha para ele e ficou todo mundo de boca aberta, ele andava sobre a prancha, ele ia para frente e para trás, ficava no bico, fazia manobras para direita ou para esquerda, parecia que tinha momentos que a prancha sumia abaixo dos seus pés, e obviamente ficou todo mundo encantado com aquilo. Foi um choque cultural, não só ele mostrou a possibilidade de manobras, pois os cariocas desciam a onda reto, como desenhou um gabarito para eles fazerem as deles. Foi Peter Troy que fez os cariocas não quererem, mais o madeirite, começaram a desejar uma prancha de fibra. Peter é narrado como o cara do “Start”, na evolução do surfe, no Rio e no Brasil. Neste momento ficam aparecendo imagens dos surfistas realizando manobras nas ondas do arpoador nos dias atuais, mas parece que com pranchões e pranchas antigas, até que aparece uma foto do Arpoador em 1974, outra de Cauli Rodrigues (1977), e Chico Paoli narra a emoção e energia que sentiu ao chegar no Arpoador a terra do surfe no Brasil e ver aquelas pranchas em pé na areia, ele relata que ficou até sem fôlego, era uma coisa de energia maravilhosa, segundo ele. E seguem aparecendo imagens de fotografias da época, de surfistas na água, Lipe Dylon, Aninha e Ratinho, e continuam as falas dizendo que era um lugar especial, poucas pessoas, só amigos, era uma praia vazia, um canto da praia mais deserto, local de encontro, nas narrativas, o pessoal já via como normal. Fred narra que era perigoso, não tinha estrep (fita que prende o pé do surfista a prancha), na época se a prancha escapasse ela ia para a areia e podia machucar, machucava uma criança, e a manchete saía no Jornal, “Prancha de surfista machuca criança no Arpoador”, até que machucou a filha de um general, e aí ficou proibido pegar onda, os surfistas foram perseguidos, depois podia se surfar depois de 2 horas da tarde, até que vinha um soldado com armado e expulsava todos da praia, quem era pego com prancha na praia podia ir preso, ou os guardas apreendiam as pranchas, enfim, se você estivesse de carro e com uma prancha em cima com certeza a polícia ia te para, você tinha que explicar para onde estava indo, o registro da foto abaixo de um print no vídeo mostra essa proibição:



Chegou um ponto que ficava chato, todo mundo sentado querendo pegar onda e não podia, depois começou a poder, mas éramos perseguidos, vinham os sentinelas, mandavam sair da praia, ou parava um carro da polícia militar e todo mundo saía correndo, pois se eles pegassem levavam as pranchas e depois o pai tinha que ir na polícia militar buscar a prancha. E aí depois passou-se a fechar o espaço e o pessoal andava de skate, jogar bola e tal. Nessa hora é falado do Skate que era utilizado quando não se tinham ondas, o pessoal começou improvisando tirando rodinha de patins e colocando na maneira que aí virava um skate, a galera ficava imitando as manobras do mar nas pranchas no asfalto sobre o skate. Muitos se machucavam, pois, as rodinhas não faziam curvas, até que surgiu outras rodas que facilitaram as manobras. É relatado que não tinha skatista, estava sem onda então a galera ia andar de Skate. Nesta hora aparecem imagens de 2013 reprisando os primeiros skates (skate hobie sundancer, 1976), e eles andando no Arpoador. Depois destas cenas é relatado um aumento muito grande de surfistas no arpoador, Arduino fala que chegou a contar 16 surfistas e diz “nosso esporte acabou, agora vai ter que brigar para pegar onda, e de fato foi o que aconteceu”, “não tinha como manter aquela maravilha no Arpoador para meia dúzia pegarem onda”, ali começou a ser o berço de grandes nomes do surfe brasileiro e mundial, só gente boa na onda, não é que nem hoje, então são citados vários surfista de expressão da época. Nesta hora vão passando várias imagens de fotos da época. Eles finalizam dizendo que o Arpoador hoje em dia é selvagem, tem muita gente, um fator urbano, é muita gente, uma disputa por espaço, deixou de ser legal, apesar de ter ondas muito boas, mas, Betinho diz que chegaria ser egoísta da parte dele pensar em Arpoador só para ele pegar ondas nos dias atuais, o Crowd hoje em dia faz parte, e encerra o vídeo falando que apesar desse Crowd o Arpoador ainda é no Rio o melhor local para se pegar ondas, pois permite manobras muito boas.

Nº	Programa	Sinopse	Programas em sequência sendo repetidos
51	App na TV: Meditação	No App Canal OFF, todo dia tem boas histórias de viagens, natureza e esportes de aventura. Agora, elas saíram das telinhas do celular para as telas da TV.	105, 114, 290

- A) Título: App na TV: Técnicas de meditação para fazer em casa. Série: Respira e inspira. 23 min. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=nUsGWRLG2Y0>
- B) Ioga
- C) Hata-Ioga
- D) Milla Monteiro, Professora de Ioga;
- E) Milla fala no vídeo que não existe local certo para se meditar, é importante reservar um momento para isso. Não existe também uma forma certa de respirar, é importante que você respire de forma consciente, de forma que você se torne consciente do ar que você respira. Depois começa a narrar sequências de exercícios e os vai realizando.

Descreve-se no texto sobre o vídeo que: “Em tempos de isolamento social e caos mundial é sempre bom parar e olhar pra dentro. Nossa casa virou nosso casulo, e nossos dias entraram em um loop ambiente. A life coach e professora de hata-ioga Milla Monteiro, nos guia em uma meditação simples e leve, que vai transformar você e sua casa. Respira e se Inspira com ela.”

“Nosso canal é um ponto de encontro onde todos são bem-vindos da mesma forma. Pessoas do bem, aventureiros, atletas, simpatizantes do esporte, todos têm o seu espaço. Derrubamos as barreiras entre o mundo da TV e a realidade. Somos ponte entre o extraordinário e o simples, o superatleta e a pessoa comum. Afinal, queremos as mesmas coisas: grandes histórias, grandes ondas, grandes manobras. O épico, o incrível. Queremos chegar e passar dos limites. Queremos nos superar, mas ninguém se supera sozinho. Juntos somos mais! Juntos somos OFF”.

A imagem abaixo mostra a tentativa de conexão do Canal OFF com o público em geral, aqui especificamente durante a pandemia.



APÊNDICE B - Questionário online

Dados sociodemográficos de praticantes de atividades/esportes de aventura na natureza:

Idade:

- ☐ 15 a 20 anos ☐ 20 a 25 anos ☐ 25 a 30 anos ☐ 30 a 35 anos ☐ 35 a 40 anos
☐ 40 a 45 anos ☐ 45 a 50 anos ☐ 50 a 55 anos ☐ 55 a 60 anos ☐ 60 a 65 anos
☐ 65 a 70 anos ☐ 70 a 75 anos ☐ 75 a 80 anos ☐ 80 a 85 anos ☐ 85 a 90 anos
☐ mais de 90 anos

Gênero:

- ☐ Masculino ☐ Feminino ☐ outro _____

Estado civil:

- ☐ Solteiro(a) ☐ Casado(a) ☐ Divorciado(a) ☐ Viúvo(a) ☐ Outro _____

Escolaridade:

- ☐ Ensino fundamental incompleto ☐ Ensino fundamental completo
☐ Ensino médio incompleto ☐ Ensino médio completo
☐ Ensino superior incompleto ☐ Ensino superior completo
☐ Especialização ☐ Mestrado ☐ Doutorado

Cidade/estado/país: _____

Profissão: _____

Renda mensal aproximada:

- ☐ Até 1 salário mínimo ☐ de 1 a 3 salários mínimos ☐ de 3 a 5 salários mínimos
☐ de 5 a 7 salários mínimos ☐ de 7 a 9 salários mínimos ☐ acima de 9 salários mínimos.

Se você pratica atividades físicas ao ar livre convido você a nos ajudar a descobrir os desafios dos praticantes de atividades/esportes de aventura ao ar livre durante a quarentena. Clique em confirma e responda a próxima página.

1- Qual atividade/esporte de aventura você mais gosta de realizar em contato com a natureza?

Relacione até três em ordem de preferência.

1 _____

2 _____

3 _____

2- A quanto tempo você pratica atividades/esportes de aventura em contato com a natureza?

() A menos de 1 ano () Entre 1 e 2 anos () Entre 2 e 3 anos () Entre 3 e 4 anos

() Entre 4 a 5 anos () A mais de 5 anos

3- Com que frequência você pratica atividades/esportes de aventura em contato com a natureza?

() Semanalmente () Mensalmente () Bimestralmente () Semestralmente () Anualmente

4 – Você considera suas condições econômicas e materiais como um fator limitador para as práticas de atividades/esportes de aventura na natureza? () sim () não

5 – De 0 a 10, onde zero significa nada e dez significa o máximo, o quanto você acredita que praticando atividades/esportes de aventura na natureza se desenvolve a consciência ecológica?

() 0 () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 () 7 () 8 () 9 () 10

6- Você trabalhou/trabalha fora de casa durante a quarentena? () sim () não

7- Em caso afirmativo a questão 6, nessa sua rotina você se sentiu “livre” para realizar alguma atividade/esporte de aventura ao ar livre? () sim () não

8- Qual foi sua reação ao saber que teria de ficar em quarentena?

() achei que conseguiria continuar alguma atividade/esporte () frustração () vou aproveitar de outra forma () me dediquei a informações sobre a covid-19 através da mídia () outro _____

9- Como você tem passado “lido” com as suas atividades/esportes de aventura não sendo realizadas durante a quarentena. Marque uma das opções.

() fiquei depressivo () passo o tempo assistindo lives () estou fazendo Home Office

() procuro sempre que possível assistir programação de aventura () outros _____

10- Tem praticado/ou praticou atividades físicas em casa durante a quarentena com regularidade?

() sim () não;

11- Caso tenha respondido sim à questão número 10 qual(is) atividades? _____

12- O quanto você está sentindo falta das atividades/esportes de aventura ao ar livre?

() Insuportável falta () Muita falta () um pouco () pouca falta () nenhuma falta

13- Como você está passando/passou seu tempo livre?

() assistindo séries e filmes de atividades/esportes de aventura

() participando *online* de encontros () me envolvendo mais com atividades familiares

() assistindo programas jornalísticos sobre a covid-19 () flanando, nada a fazer, fico ocioso

14- O que tem sido/ou foi mais desafiador?

() olhar para meus equipamentos e não poder utilizar; () a rotina durante a quarentena;

() assistir programas de esportes de aventura e não poder realiza-los; () a convivência familiar sem praticar minhas atividades/esportes ao ar livre; () outro _____

15- Você quebrou a quarentena algum dia para realizar alguma atividade/esporte de aventura ao ar livre? () sim () não

16- Ao assistir programas de atividades/esportes de aventura na Televisão ou em plataformas streaming o que vem a sua mente?

() Adrenalina; () Nostalgia; () Espetacular; () fuga do cotidiano; () vontade de correr riscos; () outros, qual(is) _____.

17- O que levou você a praticar atividades/esportes de aventura na natureza?

() buscar meus limites; () Quebra da rotina; () escapar da própria mente assombrada;

() busca de um estilo de vida ativo; () outros, qual(is) _____.

18 – Você acredita que recebeu influência da mídia em sua escolha para praticar atividades/esportes de aventura? () sim () não

19 – Caso tenha respondido sim a questão 18, qual mídia, canal ou programa? _____

20- Em caso de resposta negativa a questão 18, qual outra influência você acredita que possa ter ajudado em sua escolha na prática de atividades/esportes de aventura: () família; () livros; () amigos; () religioso; () estudo; () outros: _____

21 – Após assistir um programa televisivo sobre atividades/esportes de aventura na natureza gostaria de realizá-lo? () sim () não

22- Gostaria de contribuir com mais alguma informação?

APÊNDICE C - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Dados da pesquisa

Nome da pesquisa: Levantamento das atividades/esportes de aventura e mídias no período de pandemia da covid-19: o que dizem os praticantes de atividades/esportes de aventura em contato com a natureza

Informações sobre a pesquisa:

Nome do pesquisador: Marcelo Faria Porretti - CEFET/RJ Campus Petrópolis & IEFD/UERJ/Programa de Pós-Graduação em Ciências do Exercício e do Esporte

E-mail: marceloporretti@gmail.com

Telefone: +55 21 98391-1997

Introdução: trata-se de uma etapa da pesquisa de doutorado intitulada “A INFLUÊNCIA MIDIÁTICA NAS ATIVIDADES FÍSICAS JUNTO A NATUREZA: O CANAL OFF”, ligando-se neste momento ao enfrentamento da covid-2019. O projeto encontra-se aprovado pelo Comitê de Ética do Hospital Pedro Ernesto / Universidade do Estado do Rio de Janeiro sob o número de parecer 2.531.392

Comissão de Ética em Pesquisa/HUPE: Avenida 28 de Setembro 77 – Térreo - Vila Isabel, Rio de Janeiro, RJ, e-mail: cep-hupe@uerj.br, telefone: (21) 2868-8253 Fax: (21)2264-0853.

No que consiste o instrumento investigativo?

Trata-se de um questionário investigativo de como os praticantes de atividades/esportes de aventura vem enfrentando a pandemia da covid-19, associando-se a questão da mídia.

O que é preciso para participar?

Ser praticante, de forma regular ou esporádica, de atividades de aventura / esportes de aventura, em contato com a natureza, como por exemplo: Surfe, Montanhismo, Corridas de Aventura, Trekking (trilhas), Mergulho, Escalada, Canoagem, Ciclismo (Mountain Bike, BMX, etc.), Skate, Balonismo, Paraquedismo, Rafting entre outras. O tempo estimado para responder é de 8 minutos. No caso de menor de 18 anos é necessário autorização do responsável, que concordará com o assentimento.

Quais os eventuais riscos?

Os riscos são mínimos, caso se sinta desconfortável poderá desistir de responder a qualquer momento, sua participação é voluntária.

Quais são os benefícios?

Para o participante, o maior benefício é a possibilidade de refletir sobre as práticas de atividades/esportes de aventura na natureza. Por outro lado, do ponto de vista acadêmico, é do de gerar informações que ajudem a compreender o fenômeno das práticas de aventura na natureza, refletindo-se sobre a mídia e a pandemia da covid-19.

Como será mantida a confidencialidade das informações fornecidas?

Respeitaremos seu anonimato e as informações serão utilizadas somente para finalidades acadêmicas e científicas. Estes arquivos de respostas permanecerão com o pesquisador durante 5 anos, conforme determinação do comitê de ética, após isso serão inutilizados.

Termo de Aceite em participação na pesquisa:

Caso você concorde em participar da pesquisa do professor Marcelo Faria Porretti “Levantamento das atividades/esportes de aventura e mídias no período de pandemia da covid-19: o que dizem os praticantes de atividades/esportes de aventura em contato com a natureza.” Clique em: “eu aceito”, agradeço muito sua colaboração, em seguida será direcionado ao questionário.

()Eu aceito

()Eu não aceito

APÊNDICE D - Quadro de profissões dos entrevistados

Profissões	Nº de respondentes
Professor (a)	64
Administrador (a)	13
Funcionário (a) público (a)	9
Analista de rede/suporte/sistemas	8
Advogado (a)	8
Engenheiro (a)	8
Biólogo (a)	7
Autônomo (a)	5
Educador físico	4
Aposentado	4
Dentista	3
Fotógrafo	3
Guia de turismo	3
Produtor vídeo/audiovisual/cultural	3
Pesquisador (a)	3
Bancária	3
Arquiteto	2
Atendente	2
Bombeiro	2
Psicóloga	2
Corretor	2
Do Lar	2
Economista	2
Editor	2
Empresário	2
Estudante/Universitário	2
Médico	2
Guia de Montanha	2
Guia de Escalada	2
Gestor esportivo	2
Geólogo	2
Turismólogo	2
Monitor de ecoturismo	1
Nutricionista	1
Oceanógrafa/Atleta	1
Operador de destilaria	1
Operador de máquinas	1
Pedagoga	1
Radialista	1
Programador visual	1
Promoter digital	1
Publicitária	1

Profissões	Nº de respondentes
Representante comercial	1
Socióloga	1
Técnico de meteorologia	1
Zootecnista	1
Terapeuta	1
Técnico em química	1
Trabalhador da educação	1
Técnico em proteção catódica	1
Técnico em eletrônica	1
Técnico em agrimensur	1
Gamer	1
Geógrafo	1
Gerente comercial	1
Informática	1
Inspetor	1
Instrutor de vôo livre	1
Instrutor de escalada	1
Jovem aprendiz	1
Jornalista	1
Marítimo	1
Marketing	1
Massoterapeuta	1
Metalúrgico	1
Militar	1
Microempresário	1
Microempreendedora	1
Comércio	1
Consultor empresarial	1
Contadora	1
Coordenadora de atividades comunitárias	1
Delegado de polícia	1
Desempregada	1
Designer	1
Doceira	1
Enfermeiro	1
Escrevente	1
Escritor	1
Estagiário	1
Esteticista	1
Fisioterapeuta	1
Acrobata, circense	1
Agente de viagens	1
Almoxarife	1
Arboricultor	1
Assistente de seguro	1
Atriz	1

Profissões	Nº de respondentes
Auxiliar de coordenação	1
Auxiliar de adestramento canino	1

APÊNDICE E - Quadro das modalidades de atividades/esportes dos respondentes

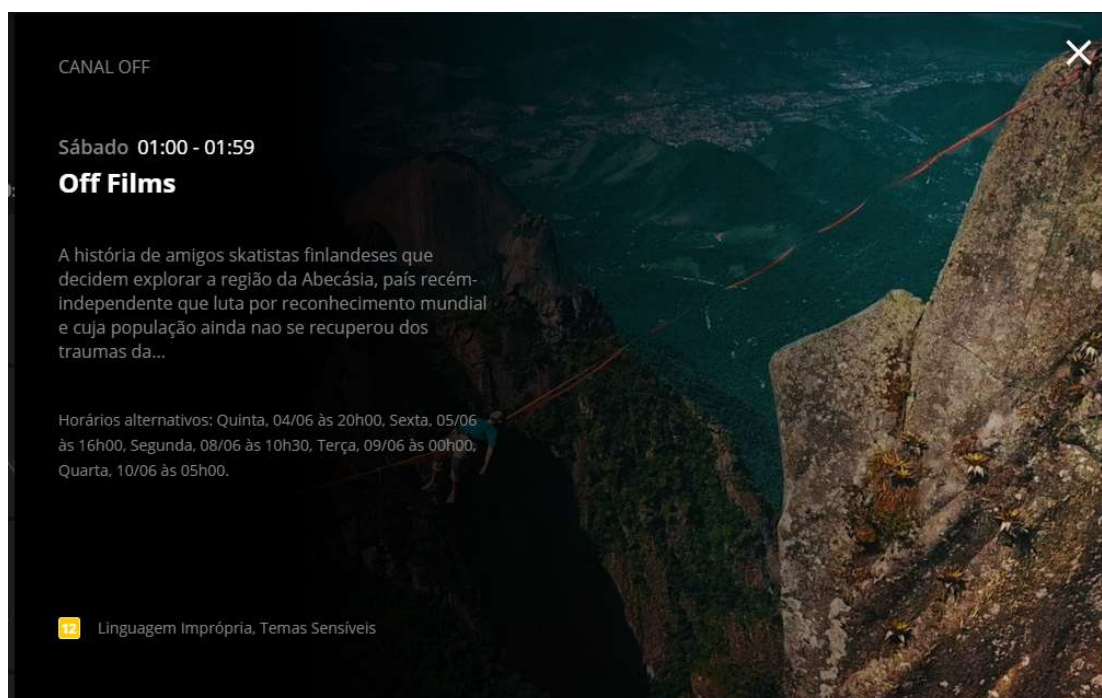
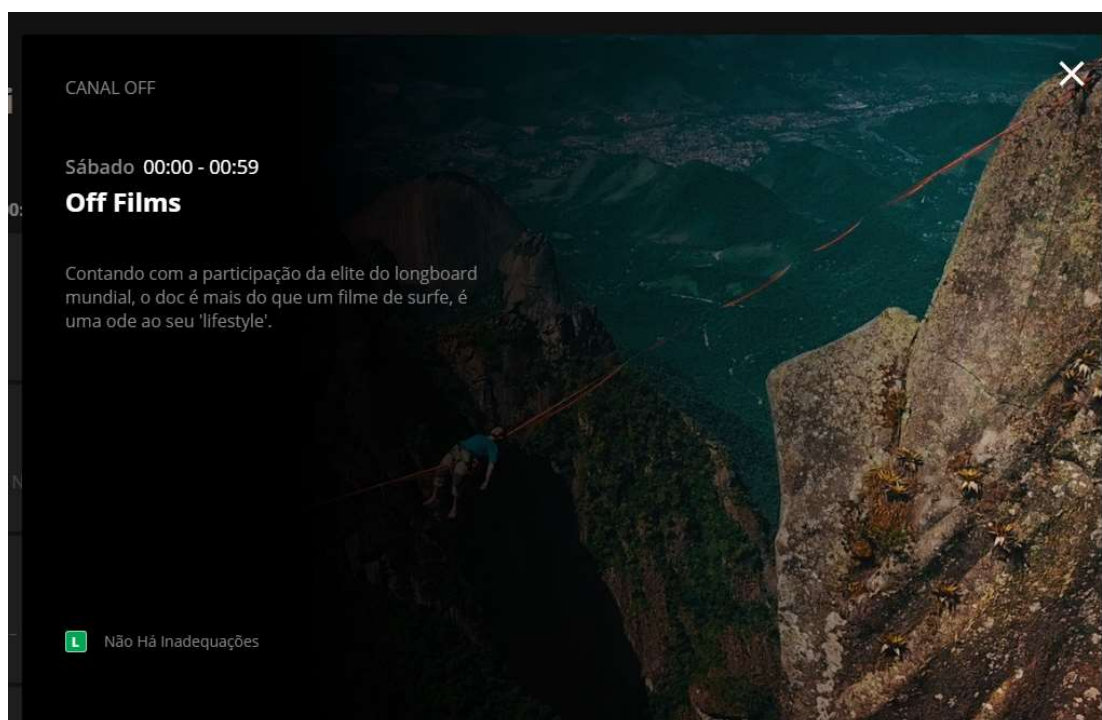
Atividades/Esportes de aventura que os respondentes mais gostavam de realizar em contato com a natureza. (Podiam marcar até três opções)

Trekking/Trilha/Hiking	151
Escalada	91
Bike/Ciclismo/MTB	91
Caminhada ao ar livre	61
Montanhismo	48
Corrida	40
Mergulho	24
Trail running/cross contry/corrida de montanha/corrida de aventura	21
Rapel	19
Surfe	16
Corrida de orientação/Orientação	12
Canoagem	11
Natação no mar	8
Acampar	8
Travessia	6
Banho de cachoeira	5
SUP (Stand up padlle)	4
Vôo livre	4
Vela/Velejar	3
Slackline	3
Parapente	3
Asa delta	3
Paraquedismo	2
Canionismo	2
Canoa havaiana	2
Enduro a pé	1
Cicloturismo	1

Highline	1
Esquiar	1
Rafting	1
Técnicas verticais	1
Meditação	1
Bodyboarder	1
Escalaminhada	1
Observação de animais	1
Agricultura	1
Parkour	1
Balonismo	1
Skate	1
Caça submarina	1
Windsurfe	1
Ioga	1
Moto off road	1

ANEXO A - Figuras de prints da Programação do canal OFF (exemplo)

1º dia – sábado (23/05/2020)





CANAL OFF

Sábado 02:00 - 02:29

Dias De Sobrevivência

Dias De Sobrevivência: 1ª Temporada

[Veja mais](#)

Diogo e Levi se encaminham para a etapa final da travessia, mas os desafios se tornam cada vez maiores. Na madrugada do dia 7 a dupla foi surpreendida por uma tempestade violenta que ameaçou a integri...

Horários alternativos: Sábado, 23/05 às 09h30, Sábado, 23/05 às 18h30, Domingo, 24/05 às 16h00, Segunda, 25/05 às 13h00, Terça, 26/05 às 06h30.





CANAL OFF

Sábado 02:30 - 02:59

Dreamcatchers

Dreamcatchers:

O casal Phil e Iva continuam viajando o mundo por paisagens paradisíacas a bordo de seu querido e já conhecido barco Dali. Juntos, eles conhecem algumas das praias e cidades mais bonitas e exóticas do...

Horários alternativos: Segunda, 25/05 às 07h00.

 Não Há Inadequações

ANEXO B - Crédito das imagens do quadro da linha do tempo

- 1- Imagem 1808, chegada da família real – História do Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://freewalkertours.com/pt-br/historia-rio-de-janeiro/>>. Acesso 13 maio 2021.
- 2- Imagem 1912, escalada do Dedo de Deus – Brasileiros que venceram Europeus na conquista do Dedo de Deus em 1912. Acervo O Globo. Disponível em: <<https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/brasileiros-venceram-europeus-na-conquista-do-dedo-de-deus-em-1912-12589221>>. Acesso 13 maio 2021.
- 3- Imagem 1920, 1º campeão brasileiro de Patins – Cartaz do Bellodromo Nacional, 1892. Acervo: Biblioteca Nacional da França. In: Revista História do Esporte. V.8, n.1, 2015. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/Recorde/issue/view/239>>. Imagem Original em: <http://www.europeana.eu/portal/record/9200365/BibliographicResource_2000081577686.html>. Acesso 13 maio 2021.
- 4- Imagem 1950, chegada da TV – Depositphotos. Disponível em: <<https://br.depositphotos.com/stock-photos/pile-of-old-televvisions.html>> Acesso 13 maio 2021.
- 5- Imagem década de 1970, crescimento do surfe na mídia – 70 & Tal – Daniel Primo Cinematographer. Disponível em: <https://www.google.com/search?xsrf=ALeKk00pwiWX2kQjktQRVD8lKjQOkWnooQ:1624134865725&source=univ&tbm=isch&q=imagem+da+serie+70+e+tal+canal+off&sa=X&ved=2ahUKEwjB-PPtxaTxAhVlpZUCHW2ZBkwQjJkEegQIBhAC&biw=1366&bih=657#imgrc=jZf5k24_-AbjPM>. Acesso 14 maio 2021.
- 6- Imagem 1973, Esporte Espetacular – Memória Globo. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/>> Acesso em 26 maio 2021.
- 7- Imagem 1977, programa Stadium na TV Educativa – Programa esportivo Stadium. O Universo da TV. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=logo+de+abertura+do+programa+stadium+1977&tbm=isch&ved=2ahUKEwifKkKlXKTxAhU8p5UCHYO9DSIQ2-cCegQIABAA&oq=logo+de+abertura+do+programa+stadium+1977&gs_lcp=CgNpbWcQAzoICAAQsQMQgwE6BQgAELEDOgIIADoECAAAQZoHCAAQsQMQQzoE>

CAAQHjoGCAAQBRAeOgYIABAIEB5QujlYv6IBYMSmAWgAcAB4AIABtwGIA
cUjkgEEMS40MJgBAKABAaoBC2d3cy13aXotaW1nwAEB&scient=img&ei=LFP
OYJ_qObzO1sQPg_u2kAI&bih=657&biw=1349&hl=pt-
BR#imgsrc=CfWI8zJ0x2Z1FM>. Acesso 26 maio 2021.

8- Imagem 1978, início do Globo Esporte – Globo Esporte. Rede Globo.
Disponível em:

<https://www.google.com/search?sxsrf=ALeKk001RaO_0Gnpq4GAtx6E2zc1EYbKUg:1624136528788&source=univ&tbm=isch&q=imagem+da+primeira+logo+do+globo+esporte&sa=X&ved=2ahUKEwjQqPWGzKTxAhWXR5UCHbjbAcgQ7Al6BAgGEA8&biw=1366&bih=657#imgsrc=wn-SRxoO_0K0dM>. Acesso 26 maio 2021.

9- Imagem 1980, associação de marcas à aventura – Hollywood Surf/ Comerciais
antigos, Hollywood, série de televisão. Disponível em:

<https://www.google.com/search?q=imagens+do+cigarro+hoolywwod+w+surfe&tbm=isch&ved=2ahUKEwjEne7azKTxAhUhupUCHQBdD5kQ2-cCegQIABAA&oq=imagens+do+cigarro+hoolywwod+w+surfe&gs_lcp=CgNpbWcQAzoECCMQJzoFCAAQsQM6CggAELEDEIMBEEM6CAgAELEDEIMBOgcIABCxAxBDOgQIABBDogIIADoGCAAQCBAeOgQIABAeOgQIABAYULidC1jvggxgsYQMaABwAHgAgAF_iAHKHpIBBDIuMzSYAQcGAQGqAQtnD3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&scient=img&ei=AFzOYMSdMqH01sQPgLq9yAk&bih=657&biw=1366#imgsrc=y_p2k9CIgTvt2M>. Acesso 26 maio 2021.

10- Imagem 1983, Show do Esporte, Esporte Total, TV Bandeirantes – Show do
Esporte (1983). Disponível em:

<https://www.google.com/search?q=logo+do+show+do+esporte+da+band&tbm=isch&ved=2ahUKEwjNrYjPzqTxAhVpHrkGHRiICL0Q2-cCegQIABAA&oq=logo+do+show+do+esporte+da+band&gs_lcp=CgNpbWcQAzoECCMQJ1DjiwFY-JMBYJWbAWgAcAB4AIABflgBqw6SAQQ2LjExmAEOAEBqgELZ3dzLXdpei1pbWfAAQE&scient=img&ei=AF7OYM2tOum85OUPmJCi6As&bih=657&biw=1366#imgsrc=kdRSRUP_kCcRSM>. Acesso 26 maio 2021.

11- Imagem 1985, série Armação Ilimitada – Armação Ilimitada. Disponível em:

<https://www.google.com/search?q=logo+da+s%C3%A9rie+arma%C3%A7%C3%A3o+ilimitada&tbm=isch&ved=2ahUKEwi2h5_ZzqTxAhU4BbkGHe-NCPcQ2-cCegQIABAA&oq=logo+da+s%C3%A9rie+arma%C3%A7%C3%A3o+ilimitada&gs_lcp=CgNpbWcQAzoECCMQJzoFCAAQsQM6AggAOgQIABAeOgQIABAYUI6aC>

1jU7wtg9vELaAFwAHgAgAGSAYgBtyuSAQQ0LjQ3mAEAoAEBqgELZ3dzLXdpei1pbWfAAQE&scient=img&ei=Fl7OYLakEriK5OUP75uiuA8&bih=657&biw=1366#imgsrc=miQSFSeYqkFmM>. Acesso 26 maio 2021.

12- Imagem 1985, primeiras discussões sobre Ecoturismo – Imagem própria, arquivo pessoal.

13- Imagem 1989, início da TV por assinatura no Brasil – A História da TV por assinatura no Brasil – 1989. Disponível em: <<https://www.google.com/search?sxsrf=ALeKk00QyJtAjtVLnLmGHWcdPBpV4MKFuA:1624137713441&source=univ&tbm=isch&q=logo+da+primeira+tv+por+assinatura&sa=X&ved=2ahUKEwiL3ua70KTxAhWDrZUCHXv1AWMQjJkEegQIBhAC&biw=1366&bih=657#imgsrc=zH5WumsYeeiJNM>>. Acesso 26 maio 2021.

14- Imagem 1990, década que marca o início de pesquisas acadêmicas na Educação Física – C’NÓS NO FUTURO. Disponível em: <<https://cnosnofuturo.wordpress.com/about/>>. Acesso 26 maio 2021.

15- Imagem 1992, possivelmente a 1ª disciplina na educação física, Excursionismo, UFPel (Universidade Federal de Pelotas) – Ricardo Born. Excursionismo pedestre com mochila. Disponível em: <<http://ricardobornespecialidades.blogspot.com/2014/06/excursionismo-pedestre-com-mochila.html>>. Acesso 26 maio 2021.

16- SENADO FEDERAL. Conferência Rio-92 sobre o meio ambiente do planeta: desenvolvimento sustentável dos países. 2012. Disponível em: <<https://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/rio20/a-rio20/conferencia-rio-92-sobre-o-meio-ambiente-do-planeta-desenvolvimento-sustentavel-dos-paises.aspx>>. Acesso em 27 set. 2021.

17- Imagem 1995, 1ª Olimpíada da Aventura, X-Games; Matérias na mídia – Segredos do Esporte: conheça a história do X-Games, os Jogos Olímpicos dos esportes radicais – ESPN. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=foto+de+esportes+radicais+no+X+GAMES&tbm=isch&ved=2ahUKEwjNtr2U1KTxAhXuupUCHQsgAS0Q2-cCegQIABAA&oq=foto+de+esportes+radicais+no+X+GAMES&gs_lcp=CgNpbWcQAzoECCMQJzoFCAAQsQM6CAgAELEDEIMBOgQIABBDOgIADoHCCMQ6gIQJzoHCAAQsQMQQzoECAAQHjoGCAAQCBAeOgQIABAYUMlaWIuQA2CqlwNoAXAAeACAAbwBiAHYVJIBBTE3Ljg0mAEAoAEBqgELZ3dzLXdpei1pbWewAQrAAQE&scient=img&ei=0GPOYM2OK->

711sQPi8CE6AI&bih=657&biw=1349&hl=pt-BR#imgsrc=VJCTJ73M2Juj4M>.

Acesso 26 maio 2021.

18- Imagem 1996, primeiras aulas de escalada em escola (Dimitri) – Escalada: como ensinar de forma segura e divertida na escola/ Impulsiona. Disponível em: <<https://impulsiona.org.br/escalada-na-escola/>>. Acesso 28 maio 2021.

19- Imagem 1997, Jogos Mundiais da Natureza Foz do Iguaçu, Paraná, Brasil. Disponível em: <

https://www.google.com/search?sxsrf=AOaemvLjP80aIhDptG5GEE_oHS_tQ8HgwA:1632775038038&source=univ&tbm=isch&q=Imagens+dos+jogos+mundiais+da+natureza&fir=clJtNxe9T5hGQM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BQ55pZeRgvr1xJM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BF095NIURZz9dVM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BXrL6zUFvv65bvM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253B6nXXReX-

[kVNIInM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BeWtWgEPL4fSM1M%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BsHLJzek86fZ4dM%252C2M20KeBurAshgM%252C_%253BfmpbUvLrehesxM%252Cg7y6b3kWKMJpBM%252C_%253B_INiOJOadj12TM%252CsyCuHurpDM76GM%252C_%253BQZbgc28ft6x4VM%252Cg7y6b3kWKMJpBM%252C_&usg=AI4_-kSKQ2e4DeihKjHE4-](https://www.google.com/search?sxsrf=AOaemvLjP80aIhDptG5GEE_oHS_tQ8HgwA:1632775038038&source=univ&tbm=isch&q=Imagens+dos+jogos+mundiais+da+natureza&fir=clJtNxe9T5hGQM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BQ55pZeRgvr1xJM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BF095NIURZz9dVM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BXrL6zUFvv65bvM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253B6nXXReX-kVNIInM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BeWtWgEPL4fSM1M%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BsHLJzek86fZ4dM%252C2M20KeBurAshgM%252C_%253BfmpbUvLrehesxM%252Cg7y6b3kWKMJpBM%252C_%253B_INiOJOadj12TM%252CsyCuHurpDM76GM%252C_%253BQZbgc28ft6x4VM%252Cg7y6b3kWKMJpBM%252C_&usg=AI4_-kSKQ2e4DeihKjHE4-rWCwGvciKzVQ&sa=X&ved=2ahUKEwjXnI-BgaDzAhX5IbkGHfbGDzkQ7Al6BAgCECY&biw=1366&bih=657&dpr=1#imgsrc=KAM1FS9YPLAP_M)

[rWCwGvciKzVQ&sa=X&ved=2ahUKEwjXnI-BgaDzAhX5IbkGHfbGDzkQ7Al6BAgCECY&biw=1366&bih=657&dpr=1#imgsrc=KAM1FS9YPLAP_M](https://www.google.com/search?sxsrf=AOaemvLjP80aIhDptG5GEE_oHS_tQ8HgwA:1632775038038&source=univ&tbm=isch&q=Imagens+dos+jogos+mundiais+da+natureza&fir=clJtNxe9T5hGQM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BQ55pZeRgvr1xJM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BF095NIURZz9dVM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BXrL6zUFvv65bvM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253B6nXXReX-kVNIInM%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BeWtWgEPL4fSM1M%252C8hq5uhTPjGHSDM%252C_%253BsHLJzek86fZ4dM%252C2M20KeBurAshgM%252C_%253BfmpbUvLrehesxM%252Cg7y6b3kWKMJpBM%252C_%253B_INiOJOadj12TM%252CsyCuHurpDM76GM%252C_%253BQZbgc28ft6x4VM%252Cg7y6b3kWKMJpBM%252C_&usg=AI4_-kSKQ2e4DeihKjHE4-rWCwGvciKzVQ&sa=X&ved=2ahUKEwjXnI-BgaDzAhX5IbkGHfbGDzkQ7Al6BAgCECY&biw=1366&bih=657&dpr=1#imgsrc=KAM1FS9YPLAP_M)>. Acesso em 27 set. 2021.

20- Imagem 1997/99, Mauro Betti; Heloísa Bruhns; Vera Costa – Livro de Mauro Betti, Janela de vidro, Fonte própria, arquivo pessoal.

21- Imagem 2000, Seminário Estudos do Lazer; criação do LEL/UNESP – Livro de Ricardo Uvinha, Juventude, Lazer e Esportes Radicais. Fonte própria, arquivo pessoal.

22- Imagem 2001, 1ª definição de Turismo de Aventura – Flora Comunicação. Rapel na gruta do Lapão, em Lençóis. Disponível em: <<https://www.guiachapadadiamantina.com.br/turismo-de-aventura1/>>. Acesso 28 maio 2021.

23- Imagem 2004, criação da ABETA – ABETA. @abeta.brasil. Disponível em: <<https://www.facebook.com/abeta.brasil/>>. Acesso 28 maio 2021.

24- Imagem 2006, 1º canal de esportes de aventura, Woohoo – O Canal Woohoo. Disponível em: <<https://tvpedia-brasil.fandom.com/pt-br/wiki/Woohoo>>. Acesso 28 maio 2021.

- 25- Imagem 2007, 1º CBAA, 1ª utilização do termo Práticas Corporais de Aventura – I CONGRESSO BRASILEIRO DE ATIVIDADES DE AVENTURA. 2007. Balneário Camboriú, SC. **Anais do I Congresso Brasileiro de Atividades de Aventura**. LEL/UNESP. Rio Claro, 2007.
- 26- Imagem 2010, livro *Pedagogia da Aventura*; UEM - Criação da Escola de Aventuras – Livro de Dimitri Pereira e Igor Armbrust, *Pedagogia da Aventura*. Fonte própria, arquivo pessoal.
- 27- Imagem 2ª década do século XXI - evolução da internet – Da TV à internet: uma breve história do marketing nos meios de comunicação. Disponível em: <<https://nerdweb.com.br/noticias/2019/09/da-tv-a-internet-uma-breve-historia-do-marketing-nos-meios-de-comunicacao.html>>. Acesso 30 maio 2021.
- 28- Imagem 2011, surgimento do canal *Off* de esportes de aventuras – Anuncie no Canal *Off*. Disponível em: <<https://canaldoanuncio.com/anunciar/off>>. Acesso 30 maio 2021.
- 29- Imagem 2015, programa exclusivo de aventura na TV aberta, RedeTV – Super Extremo Redetv. Disponível em: <<https://www.facebook.com/superextremoredetv/>>. Acesso 30 maio 2021.
- 30- Imagem 2015, Inácio *et al.*, Práticas Corporais de Aventura [na Natureza] – XIX CONBRACE – 2015. Disponível em: <<https://www.coeducufmt.org/single-post/2015/02/17/XIX-CONBRACE-2015>>. Acesso 30 maio 2021.
- 31- Imagem 2016, inclusão do Skate, Surfe, e Escalada nas Olimpíadas – Os rumos dos novos esportes olímpicos no Brasil. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/esporte/os-rumos-dos-novos-esportes-olimpicos-no-brasil/>>. Acesso 30 maio 2021.
- 32- Imagem 2016, Brasil é eleito o melhor destino de Aventura do mundo – Vista do monte Dedo de Deus, no Parque Nacional da Serra dos Órgãos (foto: Wikimedia Commons). 2016. Disponível em: <<https://viagemempauta.com.br/2016/01/26/melhor-destino-de-aventura-do-mundo/>>. Acesso 10 maio 2017.
- 33- Imagem 2018, Práticas Corporais de Aventura (PCA), Natureza/Urbano, BNCC – PRÁTICAS CORPORAIS DE AVENTURA – BNCC. Ricardo Santa Cruz. 2020. Disponível em: <<https://www.google.com/search?q=imagem+das+pr%C3%A1ticas+corporais+de+aventura+na+bncc&tbm=isch&ved=2ahUKEwiW5Jnj4KTxAhU7LrkGHeXOAW4Q2-cCegQIABAA&oq=imagem+das+pr%C3%A1ticas+corporais+de+aventura+na+bncc>>

&gs_lcp=CgNpbWcQAzoECCMQJzoICAAQsQMqgwE6BQgAELEDOgIIAFDJyB9Ytb4gYKrUIGgAcAB4AIABxgGIAdY6kgEFMTguNTGYAQCgAQGqAQtnD3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&sclient=img&ei=C3HOYNayAbvc5OUP5Z2H8AY&bih=657&biw=1366#imgsrc=ze-EeZjzkm1CCM>. Acesso 30 maio 2021.

34- Imagem 2020, um novo conceito de Aventura – Capa da Revista Brasileira de Educação Física Escolar – REBESCOLAR. Ano VI. Volume I. Julho 2020. Disponível em: <<https://www.editoracrv.com.br/produtos/detalhes/35067-ano-v-volume-iv-julho-2020-brrevista-brasileira-de-educacao-fisica-escolar-rebescolar>>. Acesso 30 maio 2021.

35- Imagem 2021, sucesso da Aventura nos Jogos Olímpicos. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=Imagens+de+raissa+leal+nas+ol%C3%ADmpico%C3%ADadas&tbm=isch&ved=2ahUKEwifsJCEgaDzAhUkjZUCHQYWCIQ2-cCegQIABAA&oq=Imagens+de+raissa+leal+nas+ol%C3%ADmpico%C3%ADadas&gs_lcp=CgNpbWcQAzoHCCMQ7wMQJzoICAAQgAQsQM6CwgAEIAEELEDEIMBOgUIABCABDoECAAQHjoGCAAQChAYUN7BD1iftRBg2bcQaANwAHgAgAF-iAHqMpIBBDcuNTOYAQCgAQGqAQtnD3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&sclient=img&ei=hCtSYZ_eFKSa1sQPhqyokAU&bih=657&biw=1366#imgsrc=5I_gCTSSic-42M&imgdii=H3_j2w_AZ72V2M>. Acesso em 27 set. 2021.