

**REPRESENTAÇÕES DO ESPORTE DA MÍDIA NA CULTURA LÚDICA
DE CRIANÇAS: APRESENTANDO UM PROJETO DE INVESTIGAÇÃO**

Mariana Mendonça Lisbôa – Mestranda em Educação Física CDS/UFSC

Resumo: Este artigo apresenta um projeto de dissertação de Mestrado em Educação Física (CDS/UFSC) que vem sendo realizado através da pesquisa-ação com crianças da 2ª série do ensino fundamental de uma escola pública de Florianópolis/SC. Nosso objetivo é identificar e compreender as representações sociais do esporte da televisão na cultura lúdica de crianças e suas possíveis transformações quando tematizadas na Educação Física escolar

1. Construindo uma problemática de investigação

A atual vida cotidiana na esteira da *globalização econômica/ mundialização da cultura* (ORTIZ, 1994) passou por um processo em que os meios de comunicação de massa e as novas tecnologias se tornaram elementos constituintes importantes para compreensão da realidade e transformações que se colocam na cultura social. Nesse sentido, principalmente a televisão, configura-se como um importante e poderoso meio de produção e veiculação de conhecimentos que vem se “naturalizando” como um membro efetivo das famílias brasileiras. Mesmo não sendo mais uma novidade, por existir a mais de sessenta anos, as proporções e o poder que este veículo adquiriu na nossa sociedade fez com que obtivesse importante espaço na organização e compreensão do mundo a nossa volta, chegando a estar presente em mais de 98% dos lares brasileiros estabelecendo a agenda de discussão e interação social de muitas famílias.

As novas gerações assim nascem numa realidade já estruturada por representações e percepções oriundas da presença da TV neste cotidiano. É nesse seu processo de descoberta do/no mundo tele-mediado por inúmeras imagens e sons - que constroem a narrativa do discurso midiático - é que as crianças irão elaborar e re-elaborar ativamente suas compreensões e representações da realidade, sendo em grande medida - como todos nós - influenciada pela ideologia que subjáz este meio.

Um dos principais elementos da nossa cultura marcado pelo processo de espetacularização midiática, expresso principalmente pela televisão, e disponibilizado diariamente em nossos lares através das “telinhas”, é o esporte. Enquanto um dos parceiros preferenciais da mídia, gerando um mercado “de milhões”, o esporte na atualidade precisa ser concebido considerando a sua mediatização pela televisão. Isto quer dizer que, este meio de comunicação de massa não pode ser considerado instância externas a essa cultura esportiva, mas parte integrante que concorre para instauração de uma nova percepção e prática desse elemento da cultura de movimento.

Frases do tipo “esporte é saúde”, “atletas são heróis”, “olimpíadas celebram a paz entre os povos”, “duelo de gigantes”, “esporte salva”, entre outros, são jargões muito bem utilizados pela mídia que vão colonizando o senso comum, repleto de elementos míticos, bélicos, higienistas, reducionistas, que ajudam a disseminar inúmeras representações do esporte na atualidade.

Despejadas em nossas mesas quando almoçamos, em nossos sofás quando descansamos, em nossos lares quando brincamos, através de inúmeros programas/produtos televisivos, essas informações acabam por constituir-se em saberes/fazer sobre o esporte que alimentam o imaginário das pessoas, especialmente das crianças que ainda não possuem muitas referências sobre esta manifestação da nossa cultura.

No caso específico dessa geração, observamos uma mudança significativa na constituição de sua cultura esportiva a partir da configuração deste contexto, em que o esporte está em toda a mídia (TV) e a televisão está em toda a nossa vida. Agora temos a vivência tele-mediada antecipando (e muito!) o nosso contato com esse elemento cultural, ou seja, antes mesmo de manter uma experiência subjetiva com esta manifestação através da prática e de seu conhecimento (historicamente propiciado pelas escolas, e também nos momentos de lazer em que os jogos da cultura eram socializados entre os sujeitos), agora as crianças são “apresentadas” e marcadas anteriormente pelos códigos e sentidos/significados expressos pelo esporte-da-mídia, que passa a ser sua principal referência de identificação.

Mas que esporte-da-mídia é este? O esporte propagado mundialmente pelos meios de comunicação está vinculado à performance, está institucionalizado em formas que se estruturam nos princípios do esporte de rendimento, da mercadorização e espetacularização. Nesse sentido, a massificação deste modelo, a produção de representações sociais sobre este conhecimento, produzida principalmente pela televisão, acaba por provocar influências na cultura de movimento, principalmente sobre a compreensão/concepção das crianças, de tal forma que o esporte escolar acaba se tornando um apêndice do esporte de rendimento/mercadorizado propagado pelo “espetáculo esportivo” e/ou discurso televisivo.

Desde a identificação do surgimento do Esporte Telespetáculo, muito bem observado por Betti (1998), fica evidente o caráter mercadológico que este adquiriu na sociedade capitalista e suas especificidades perante a sua prática subjetivamente vivida. Neste sentido, o termo “esporte-da-mídia”, utilizado ao longo do texto, significa que a instituição mídia apropria-se e dá sentidos/significados a essa manifestação cultural de acordo com os interesses em questão, o que lhe confere algumas características peculiares (BETTI, 2001).

Anualmente milhares de crianças/alunos chegam à escola com uma bagagem dessa telespetacularização do esporte, com conhecimentos oriundos dessa tele-vivência. Mas será que as crianças percebem algumas características do esporte da mídia? Que representações (sentidos/significados) elas constroem através dessa tele-mediação do esporte? É possível que essas representações sejam ressignificadas mediante a tematização do esporte mediatizado nas aulas de Educação Física?

Num ano em que tivemos uma Copa do Mundo de Futebol fica mais evidente as diversas apropriações que os meios de comunicações fazem em relação ao esporte, quando este passa a virar a grande pauta de discussão da “pátria em chuteiras” (RODRIGUES, 1994). Não somente se cria uma atmosfera propícia ao espetáculo tele-esportivo que é agendado, como também se aproveita desta popularidade do esporte em questão para impulsionar as vendas publicitárias de diversos produtos.

Contexto este que não ignora as crianças, pelo contrário, mas que pretende também desde cedo criar as audiências necessárias à manutenção do gosto pela tele-assistência dos eventos esportivos, principalmente em um momento em que pesquisas comprovavam a diminuição do interesse do público infanto-juvenil pelos esportes coletivos tradicionalmente veiculados pela mídia (especialmente futebol). Desta forma, podemos observar algumas estratégias utilizadas pela mídia/TV para manter o esporte enquanto parceiro importante de seus negócios, como: 1) a inserção de outros esportes no leque de produtos oferecidos e veiculados, como os esportes de aventura; 2) ênfase em conquistar ou re-conquistar o público mirim/jovem através de discursos e estratégias voltados à audiência deste segmento. Em relação a este segundo aspecto, podemos citar a grande ênfase e importância que a Rede

Globo de Televisão deu a audiência infantil à Copa do Mundo de Futebol, chegando a criar em seus noticiários esportivos “*programetes*” voltados a esse público, em que os *slogans* afirmavam: “*Em 2006 o Mundo e Copa são das Crianças!*”, “*Haja coraçãozinho!*”¹.

Acreditando na capacidade transformadora e produtora de conhecimentos por parte das crianças, que não apenas recebem estas informações passivamente, mas também são capazes de ressignificá-las a luz de suas estruturas de mediação, surge a necessidade de se estabelecer um nexos entre as representações sociais produzidas pela mídia/TV, e aquelas que efetivamente se constituem em sua cultura lúdica, tendo em vista possíveis intervenções emancipatórias no âmbito escolar.

Nesse sentido o objetivo geral de nosso trabalho é identificar e compreender as representações sociais do esporte da televisão na cultura lúdica de crianças e suas possíveis transformações quando tematizadas na Educação Física escolar. Para tanto, teremos algumas questões de investigação:

- Como se configura o “mundo das crianças” investigadas e quais suas estruturas mediadoras de recepção?
- Como as crianças elaboram a percepção da realidade mediada/representada pelo esporte da TV?
- Como as crianças passam a interpretar o esporte-da-mídia, ressignificando ou não suas representações quando a Educação Física escolar tematiza esta questão?

Em estudos anteriores, sobre a relação da tríade infância/TV/cultura de movimento, construímos uma arcabouço teórico-metodológico de referências capaz de assegurar a importância e pertinência deste tipo de estudo em que as vozes e expressões das crianças são valorizadas revelando elementos sociais que o olhar do adulto deixa escapar ou não conhece (LISBÔA, 2005), bem como a necessidade de se investir na Educação para e com a Mídia no âmbito da Educação Física/Esporte (LISBÔA, 2003). De acordo com Sarmiento e Pinto (1997, p.25) “... interpretar as representações sociais das crianças pode ser não apenas um meio de acesso à infância como categoria social, mas às próprias estruturas e dinâmicas sociais que são desocultadas no discurso das crianças.”

Investir no sujeito-criança, enquanto pólo receptivo desta comunicação midiática, não apenas quer destacar o potencial produtor desse grupo social, mas também contribuir com os estudos que voltam a sua atenção para a recepção dos produtos midiáticos, ou seja, com o quê? as pessoas/crianças fazem com os discursos/imagens propostas pela mídia e pela possibilidade da Educação Física escolar contribuir na produção de saberes/fazeres mais emancipados através da intervenção conjunta com o receptor.

2. Caminhos e Atalhos a serem percorridos no processo investigativo: possibilidades de abordar a realidade

Nossa pesquisa terá um caráter descritivo-exploratório, e caracterizar-se-á como um *estudo de recepção* midiática, baseado em conceitos da corrente Latinoamericana de Sociologia da Comunicação². Nesse sentido defendemos a importância da ação de “leitura” que ocorre do outro lado da produção, do receptor, para ir além das representações incompletas dadas pelas pesquisas de opinião meramente estatísticas.

¹ Observação de matéria veiculada no programa Esporte Espetacular (Rede Globo de Televisão) em 17/11, 23/11, 24/11, 26/12 de 2005 e 17/01, 19/01 de 2006.

² Estudos que começaram a qualificar o receptor enquanto sujeito ativo do processo comunicacional, assumindo assim uma posição marcadamente culturalista, contextualizada em relação aos processos histórico e social dos povos da América Latina, embasados no neomarxismo que supera com a visão estritamente econômica do marxismo ortodoxo, advogando a favor da cultura. Nesse sentido as diferenças culturais constituem-se em estruturas mediadoras da recepção midiática que intervêm no processo de produção de sentidos.

Numa abordagem qualitativa, nossa intenção de estudo pretende além de buscar o aprofundamento e articulação dos pressupostos teóricos-metodológicos fundamentadores, realizar uma *pesquisa-ação*³ de campo tendo como sujeitos de pesquisas alunos da 2ª série do Ensino Fundamental de uma escola pública de Florianópolis.

Os procedimentos de investigação em grande parte de nossa pesquisa estarão ambientados em estratégia formal de ensino, isto quer dizer, através do componente curricular da Educação Física.

Concordando com Girardello (2003, p. 2) que destaca “o potencial das atividades de produção oral das crianças, como espaço de leitura e ressignificação coletiva da televisão”, buscaremos colher/registrar nossos dados através de *Entrevistas semi-estruturadas* e *Grupos de Discussão*, deixando lacunas para espontaneidade e conhecimentos vindo das culturas lúdicas. A intenção é valorizar a fala das crianças como explicação, compreensão e, representação do mundo a sua volta. Contudo, também estaremos atentos às chamadas “cem linguagens da criança” (MELLAGUZZI apud CAROLYN, 1999) que, além da via oral, extrapola a outros limites corporais, o que nos remete para necessidade de criar estratégias capazes de contemplar essa riqueza expressiva da infância. Desta forma, nossa pesquisa de campo terá dois momentos:

1º) No intuito de identificar as estruturas mediadoras de recepção das crianças/sujeitos da pesquisa, caracterizar suas culturas esportivas, especialmente em relação à TV, e selecionar o material televisivo para reflexão na segunda etapa (utilização do vídeo e imagens), realizaremos num primeiro momento Observação Participante (das aulas de Educação Física) em que serão utilizados o Diário de Campo, Questionário enviado aos responsáveis, e Entrevistas semi-estruturadas (conversas) com os sujeitos da pesquisa para registro/colheita das informações. De posse desse conhecimento será procedido uma análise/organização desse material para uma possível identificação das características, problemáticas e possibilidades de intervenção da Educação Física (estruturação de Unidades Didáticas).

2ª) Investigação junto aos alunos das representações sociais e significados que possuem sobre os elementos/ conteúdos esportivos expressos na televisão através do plano de ação/intervenção da Educação Física escolar frente ao esporte-da-mídia. Assim desenvolveremos Unidades Temáticas de ensino-aprendizagem sobre o esporte-da-mídia buscando identificar possíveis ressignificações a partir de sua tematização. Adequada ao universo infantil, esta intervenção terá o lúdico, a brincadeira, o diálogo e a alteridade como pressupostos de elaboração das estratégias de ação. Neste segundo momento além do Diário de Campo, realizaremos Grupos de Discussão (em que serão aprofundadas algumas impressões com auxílio de um roteiro semi-estruturado e do vídeo dos programas/ produtos midiáticos), além dos recursos da Fotografia e Filmadora para registro das informações e aprofundamento das análises do objeto de estudo

De posse dos dados colhidos nas duas etapas do campo, recorreremos a Análise de Conteúdo⁴ e Análise de Imagens para tentar relacionar os resultados do campo com os elementos teórico-conceituais do quadro de referência.

³ “...um tipo de pesquisa social participante com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou uma resolução de um problema coletivo, no qual pesquisadores e participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo” (THIOLLENT, 1994, p.14)

⁴ “Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.” BARDIN (s/d, p.

3. Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, s/d.

BETTI, M. **Janela de vidro: esporte, televisão e educação física**. Campinas: Papirus, 1998.

_____. Esporte na mídia ou esporte da mídia? **Motrivivência**. Ano XII, n. 17, set. 2001.

GIRARDELLO, G. A quem se endereça a TV? O caso do público infantil. In: **www.tvebrasil.com.br/salto**. Salto para o Futuro. Debate: Televisão e Educação. Boletim 2003.

LISBÔA, M. M. et al. Levantamento da Produção em Educação Física e Mídia. Relatório Preliminar de Pesquisa. 2005. Disponível em: <http://www.nepef.ufsc.br/labomidia/pesquisa/relatorioParcialPesquisa.pdf>

LISBÔA, M. M. Mídia Esportiva e Educação Física Escolar: um estudo de recepção para compreensão de sentidos/significados. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 13, out/2003. **Anais...** Caxambu-MG: CBCE, 2003._1 CD-ROM

ORTIZ, R. **Mundialização da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

RODRIGUES, N. **A pátria em chuteiras: novas crônicas de futebol**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

Thiollent, M. Metodologia da Pesquisa-ação. 6 ed. São Paulo: Cortez, 1994.

Contato:

Endereço: Rua Maria do Patrocínio Coelho, 394 – Pantanal.

CEP: 88040-230 - Florianópolis/SC

E-mail: marianaml_floripa@hotmail.com

Tecnologia de Apresentação: Datashow