

## CULTURA ESPORTIVA MIDIATIZADA E MEDIAÇÃO ESCOLAR: A (TRANS)FORMAÇÃO DO ESPORTE COMO POSSIBILIDADE DA MÍDIA-EDUCAÇÃO FÍSICA<sup>1</sup>

*Mariana Mendonça Lisbôa*

*Doutoranda em Educação Física – PPGEF/CDS/UFSC*

*Professora do Centro Universitário Leonardo Da Vinci – UNIASSELVI*

*Giovani De Lorenzi Pires*

*Professor do DEF/CDS/UFSC e do PPGEF/UFSC*

*Coordenador do LaboMídia/UFSC*

### RESUMO

Este texto tem como objetivo refletir sobre a midiática da cultura esportiva e a possibilidade da mediação escolar na transformação do esporte, através da Mídia-Educação Física. Como síntese integradora, reconhecemos a Mídia-Educação Física na escola como possibilidade de (re)criação e (trans)formação cultural, a partir de sua condição de mediadora e produtora de sentidos/significados no processo comunicacional e expressivo. Nesta perspectiva, é possível proporcionar aos alunos experiências criativas, críticas e produtivas de esporte escolar frente e com às mídias, e em conexão com a condição de cidadania na sociedade midiaticizada.

**Palavras-chaves:** Esporte, Mídia, Escola, Mediação, Mídia-Educação Física.

### 1. SINTONIZANDO A COMUNICAÇÃO: REFLEXÕES INICIAIS.

A vida cotidiana na esteira da “globalização econômica/mundialização da cultura” (PIRES, 2005) passa por um processo em que os meios de comunicação de massa e as novas tecnologias de informação e comunicação (TICs) tornaram-se elementos constituintes e interlocutores importantes para a compreensão da realidade e transformações que se colocam na dinâmica da sociedade. Neste contexto o esporte, como fenômeno cultural de grande magnitude e repercussão social, não fica de fora, senão funde-se e confunde-se, cada vez mais, com os interesses e dinâmicas da “sociedade midiaticizada” (SODRÉ, 2006).

Esporte e mídias estabelecem assim, uma simbiose em que já não é mais pos-

---

<sup>1</sup> Em forma de ensaio, o texto recupera reflexões teórico-metodológicas desenvolvidas em pesquisa de dissertação de mestrado (LISBOA, 2007). Uma versão preliminar foi apresentada à disciplina Educação, Saúde e Esporte: contributo a Educação Física, do PPGEF/UFSC (curso de doutorado).

sível estabelecer os limites exatos de um e do outro, nem compreender suas dinâmicas autonomamente. O esporte vende as mídias, as mídias vendem o esporte, de uma maneira nunca vista antes! Nas multitelas<sup>2</sup>, uma enxurrada de imagens, sons, textos e infográficos estão disponíveis, vendendo mercadorias e sonhos, construindo desejos, pautando assuntos, fornecendo representações e identificações ao sujeito reificado.

Nesta realidade as crianças e jovens não são ignorados; pelo contrário, já que se pretende também, desde cedo, criar as audiências necessárias à manutenção do gosto pela tele-assistência dos eventos esportivos e os consumidores fiéis de marcas e produtos, principalmente quando pesquisas indicam a diminuição do interesse do público infanto-juvenil pelos esportes coletivos tradicionalmente veiculados pela mídia (especialmente o futebol)<sup>3</sup>.

Desta forma, observam-se algumas estratégias utilizadas pela mídia, sobretudo a TV para manter o esporte como 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 infantil e infanto-juvenil através de discursos e publicidades voltados a audiência destes segmentos (LISBÔA, 2007).

Em relação a este segundo aspecto, podemos citar as várias inserções de publicidades e chamadas institucionais da própria emissora (neste caso, a Rede Globo) para programas e eventos esportivos nos intervalos da programação infantil televisiva<sup>4</sup> (LISBOA, 2004b); e, ainda, a grande ênfase que a Rede Globo de televisão deu à audiência infantil na Copa do Mundo de Futebol/2006, 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!”<sup>5</sup> (LISBOA, 2007).

Sabendo da capacidade ressignificadora e produtora de conhecimentos das crianças e jovens, que não apenas recebem estas informações passivamente, mas também são capazes de interpretá-las a luz de suas “múltiplas mediações” (OROZCO, 1993), decorre a importância de se investir, especialmente no âmbito escolar, na possibilidade de (trans)formação e (re)criação de sentidos e experiências sob bases esclarecidas e emancipadas frente aos discursos propostos pelas mídias, a partir da sua tematização nas aulas de Educação Física.

Neste sentido, este ensaio tem como objetivo refletir sobre a midiaticização da cultura esportiva e a possibilidade da mediação escolar na transformação do esporte, através da Mídia-Educação Física. Baseados em alguns estudos, pesquisas e experiências escolares que vimos realizando sobre a tríade: Educação Física Escolar, Infância e Mídia

---

<sup>2</sup> Referência à sociedade multitela apontada por Rivoltella (2008).

<sup>3</sup> Dados divulgados por Marcelo Pinto, Presidente da Globo Esportes, em conferência no II Fórum Internacional de Esporte (Florianópolis, jul/ 2003). Anotações pessoais.

<sup>4</sup> Observação das publicidades veiculadas nos intervalos dos programas infantis matutinos da TV Globo em novembro de 2003, em ordem respectiva: Xuxa no Mundo da Imaginação, Sítio do Pica Pau Amarelo e TV Globinho.

<sup>5</sup> 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.

(LISBÔA, 2004a, 2004b, 2007) nos propomos, neste momento, a articular alguns pressupostos teórico-metodológicos fundamentadores de intervenções e reflexões críticas e criativas nas interfaces entre a comunicação e Educação Física/Esportes.

## **2. O ESPETÁCULO ESPORTIVO EM FOCO: A MUDIATIZAÇÃO DA CULTURA ESPORTIVA**

De origem inglesa, o esporte surge a partir da Revolução Industrial Européia no século XVIII e está intimamente relacionado com o aumento do tempo de lazer dos trabalhadores, surgido naquele momento histórico. Compreendido na perspectiva historiográfica da descontinuidade, que concebe uma ruptura na atual cultura de movimento em relação às práticas corporais da antiguidade, concordamos com a tese de Bracht (2003) para quem o esporte (tal qual o conhecemos hoje) é um fenômeno cultural produto da Modernidade.

O esporte “moderno”<sup>6</sup> desenvolveu-se como subproduto do processo de modernização do capitalismo industrial (BRACHT, 2003). Nesta época, observa-se a expansão do movimento esportivo inglês para o continente europeu (não sem resistências), bem como para todo o mundo, servindo de referência para o movimento que criou o olimpismo, até transformar-se no conteúdo hegemônico da cultura de movimento e principal fenômeno cultural da atualidade.

Neste processo de desenvolvimento da organização esportiva, que passa pela criação de instituições burocráticas reguladoras nacionais e internacionais, proporcionando diferentes apropriações sociais<sup>7</sup>, verificamos também – principalmente a partir do surgimento da TV – a integração progressiva desse elemento cultural aos meios de comunicação de massa, desembocando na atual relação de inter-dependência econômica e espetacularização<sup>8</sup>. Como afirma Betti (1998, p.31), “já não é possível referir-se ao esporte contemporâneo sem associá-lo aos meios de comunicação de massa.”

Assim, o esporte passa a ser explorado segundo a lógica da transformação da cultura em mercadoria, consubstanciado no conceito de “indústria cultural” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985), e que é operado pelas mídias, transformando-se em dos segmentos mais prósperos da economia capitalista mundial. Seu potencial econômico pode ser constatado nos dias de hoje, pelas grandes cifras e investimentos que mobiliza na realização de seus eventos/acontecimentos, com destaque para os megaeventos esportivos<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> As aspas sinalizam a possível redundância que incorremos ao adjetivar o esporte como moderno, uma vez que, pela condição de descontinuidade assumida, todo esporte é fruto da modernidade.

<sup>7</sup> Sobre os processos de apropriação social do fenômeno esportivo, ver Pires (1998).

<sup>8</sup> A espetacularização da sociedade foi explicitada por Guy Debord (1997) ainda na década de 60, ao fazer uma análise crítica da moderna sociedade do consumo, em que verifica a tirania das imagens e a submissão alienante ao império da mídia.

<sup>9</sup> Os Mega-Eventos Esportivos são determinados pela grande magnitude de suas produções que acontecem periodicamente, envolvendo grande número de participantes (de diferentes nacionalidades), e mobilizando os vários meios de comunicação para sua transmissão global. A década compreendida entre 2007-2016 tem sido chamada no Brasil de “a década do esporte”, por congregar um número importante destes eventos esportivos (ver dossiê Megaeventos Esportivos na revista Motrivivência n. 32-33, <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/issue/view/1499>).

Considerado um dos parceiros preferenciais das mídias, por gerar um mercado de milhões de consumidores, a compreensão do esporte na atualidade precisa, então, considerar sua “midiatização”, apontado por Sodré (2006), como um processo de comunicação redefinido por aspectos técnicos e mercadológicos da informação, estando a serviço da lei estrutural do valor, ou seja, do capital. Isto quer dizer que os meios de comunicação de massa e as novas tecnologias de informação e comunicação (TICs) não podem mais ser considerados instâncias externas a cultura esportiva, mas parte integrante que concorre para instauração de novas formas de percepção, consumo e prática desse elemento na contemporaneidade.

Frases do tipo “esporte é saúde”, “atletas são heróis”, “olimpíadas celebram a paz entre os povos”, “duelo de gigantes”, “esporte salva”, entre outros, são bordões freqüentemente utilizados pelas mídias, que vão colonizando<sup>10</sup> o senso comum, repleto de elementos míticos, bélicos, higienistas, reducionistas, que ajudam a disseminar inúmeras representações simplificadas do esporte na atualidade.

Despejadas em nossas mesas quando almoçamos, em nossos sofás quando descansamos, em nossos lazers quando brincamos, através de inúmeros programas/produtos midiáticos, essas informações acabam por constituir-se em saberes/fazeres sobre o esporte que alimentam o imaginário das pessoas, especialmente das crianças/jovens, que dedicam boa parte de seu tempo livre à recepção midiática.

No caso específico das novas gerações, observamos uma mudança significativa na constituição de suas culturas esportivas a partir da configuração deste contexto. Agora temos a vivência<sup>11</sup> (Erlebnis) midiaticizada antecipando nosso contato com esse elemento da cultura; ou seja, antes mesmo de viver uma experiência formativa (Erfahrung) com esta manifestação através da sua prática, crianças/jovens são “apresentados” e marcados pelos códigos e sentidos/significados expressos pelo esporte-da-mídia, que passa a ser sua principal (e por vezes primeira) referência de identificação.

Mas que esporte-da-mídia é este? O esporte propagado mundialmente pelos meios de comunicação, que estamos assim denominando, está vinculado à performance, está institucionalizado em formas que se estruturam nos princípios do esporte de rendimento, da mercadorização e espetacularização.

Desde a identificação do surgimento do esporte telespetáculo<sup>12</sup>, fica evidente o caráter mercadológico que este adquiriu na sociedade capitalista e suas especificidades, em oposição à sua prática subjetivamente experimentada. Neste sentido, “esporte-da-mídia” significa que a instituição mídia apropria-se e dá sentidos/significados próprios a essa manifestação cultural de acordo com seus interesses, o que lhe confere algumas características peculiares que, resumidamente, e de acordo

<sup>10</sup> Recolhemos aqui a expressão utilizada por Habermas, para quem uma das patologias da modernidade é a “colonização” do mundo vivido (cultura) pelo sistema (poder, economia, política). Ver em: Freitag (1993).

<sup>11</sup> Recorremos aqui ao entendimento de Valter Benjamin, para quem a experiência (Erfahrung) incorpora mas supera a mera vivência (Erlebnis) na formação humana. Para saber mais sobre os conceitos na perspectiva do esporte e lazer, ver Pires (2002b).

<sup>12</sup> Realidade textual relativamente autônoma face à prática “real” do esporte, disponibilizado como nova modalidade de consumo, construído pela codificação e midiaticização dos eventos esportivos efetuados pela televisão (BETTI,1998).

com Betti (2001), são: 1) Ênfase em um discurso sobre o esporte, ou na “falação esportiva” (ECO, 1984), que cria expectativas, informa e atualiza, faz previsões, explica e justifica, elege ídolos, cria polêmicas e rivalidades, e dramatiza; 2) Monocultura esportiva, expressa na ênfase dada ao futebol; 3) Sobrevalorização da técnica televisiva em relação ao conteúdo, através do uso dos recursos audiovisuais aliados aos avanços tecnológicos, o que fragmenta e descontextualiza o fenômeno esportivo; 4) Superficialidade, expressa na cultura do efêmero, do breve e do descontínuo; 5) Prevalência de interesses econômicos, orientados pela mercadorização do esporte frente aos índices de audiência/consumidores.

Desta aliança estabelecida entre o esporte e a mídia, principalmente com a televisão, surgem inúmeras transformações a tal ponto que, na atualidade, considera-se que todo o esporte que está na mídia é hoje um esporte da mídia, e não mais o esporte na mídia (BETTI, 2001). Isto quer dizer (pensando aqui no esporte formal, institucionalizado) que a instituição mídia acaba por não referenciar/retratar este elemento cultural em sua plenitude e possibilidades, mas sim através de alguns interesses e limitações do próprio meio, “cria” um esporte (uma visão de esporte) adequado aos seus propósitos.

Como já afirmou Pires (2002, p.44) a cultura esportiva, a partir da sua midiáticação, passou a sofrer “interferências” no que diz respeito à atribuição de sentidos e percepção, “[...] a indústria da comunicação de massa contribuiu decisivamente, através da força do apelo da imagem e por seu efeito multiplicador, para que essas interpretações se tornem ‘familiares’ e sejam incorporadas à cultura esportiva.”

### **3. (RE)CRIANDO OUTROS SENTIDOS: A ESCOLA COMO MEDIADORA E PRODUTORA DE CULTURA.**

Como instituição social, a escola encontra-se imersa na realidade que a cerca. Seus muros não conseguem impedir que a cultura e conhecimentos oriundos desta realidade social fiquem do lado de fora de seu espaço-tempo pedagógico. Mesmo negando ou ausentando-se frente a algumas questões emergentes das transformações e dinâmicas sociais, ela não consegue evitar que reflexos e implicações recaiam em seu âmbito.

Na sociedade contemporânea, com o avanço das novas tecnologias, dos meios de informação e comunicação, verificamos que o processo de socialização e formação das futuras gerações não está mais restrito ao ambiente familiar e escolar. Televisão, computador, vídeo-games, jogos eletrônicos, vídeo, revistas, entre outros, concorrem na construção e veiculação de conhecimentos, representações e valores sobre os mais diferentes assuntos, inclusive os relativos ao esporte.

Pesquisas mostram (LISBÔA, 2007; MENDES, 2009; BIANCHI, 2009; CATANO, 2011) que a cultura midiática está presente na Educação Física no ambiente escolar, principalmente, através de discursos, práticas, comportamentos,

consumos, brinquedos e brincadeiras dos alunos/receptores que a freqüentam e que, muitas vezes, ainda passam despercebidas ou ignoradas pelos profissionais da educação. Como afirma Orofino (2005), mesmo subestimando este contexto, a escola já se constitui em um ambiente informal de negociação dos sentidos midiáticos (mediação situacional), através dos alunos que interagem no seu interior, precisando, portanto, em muitos casos, assumir ainda sua possibilidade de mediação intencional trazendo as conversas dos pátios e corredores para a sala de aula (mediação institucional).

Nossa perspectiva sugere entender a escola em um duplo movimento constante entre a socialização e transmissão dos conhecimentos historicamente produzidos e acumulados pela sociedade, bem como locus de produção, (re)criação, crítica e transformação de culturas e experiências. Um espaço/tempo em que atores e sujeitos culturais negociam e partilham sentidos, e neste processo produzem e transmitem uma “cultura escolar” (NÓVOA, 1994, FORQUIN, 1992). Através desta ação a escola não apenas reproduz a sociedade, mas também, da mesma forma e intensidade, produz novas relações e experiências marcadas pelo viés educativo compartilhado.

Como arcabouço conceitual fundamentador para entendimento da possibilidade da escola agir no processo comunicacional dos sujeitos, negociando e propondo novos e outros sentidos, sob bases esclarecidas e críticas frente às mídias, nos apoiamos em estudos da corrente Latinoamericana de Sociologia da Comunicação<sup>13</sup>, que vai destacar a importância da cultura e da cotidianidade na produção e proteção de sentidos/significados que ocorre no plano da recepção. Estes estudos destacam que as mensagens e representações produzidas e/ou veiculadas pelos emissores midiáticos não são direta e imediatamente absorvidas pelos sujeitos de forma passiva, pois este processo é ativo, mobilizando filtros sócio-culturais das pessoas (instâncias mediadoras), que agem na negociação de sentidos.

Nesse sentido, as diferenças culturais constituem-se em estruturas de mediação da recepção midiática que intervêm no processo de produção de sentidos (Martin-Barbero, 1995). Contudo, o mesmo autor lembra que, o fato de deslocar o centro das atenções para a recepção não deve ser associado ao equívoco de desconsiderar a relevância do emissor, meio e mensagem. Busca-se uma interação dialética entre emissor e receptor, ou seja, um processo mais simétrico de negociação de sentidos e significados.

Emerge desta nova perspectiva o papel das mediações, as quais influenciam na atribuição de sentidos/significados próprios pelo sujeito-receptor, ou seja, “o processo de recepção por sua vez, é visto como um processo intersubjetivo de ressignificação dos discursos propostos e apresentados pela mídia.” (GOMES; COGO, 1998, p.27)

---

<sup>13</sup> Na direção crítica, estes estudos surgem na década de 80, assumindo posição marcadamente culturalista, contextualizada em relação aos processos histórico e social dos povos da América Latina, embasada no neomarxismo, que acaba com a visão estritamente econômica do marxismo ortodoxo, advogando a favor da cultura.

Atendendo ao preconizado por Martin-Barbero, Orozco (1991) desenvolve o que chamou de “dialética da recepção”, um modelo analítico das diferentes mediações (macro, micro e intermediária), ou das “múltiplas mediações” que interagem nesta produção de sentido/significado, composto por quatro dimensões como eixos articuladores da cultura e da comunicação. São elas: mediação individual (centrada no sujeito e nas suas diferentes características cognoscitivas e estruturais); mediação situacional (os cenários e interações estabelecidas no momento da recepção); mediação institucional (instituições ou grupos sociais nos quais o sujeito participa); e mediação tecnológica (características dos diferentes gêneros e formatos tecnológicos).

Deste conjunto, gostaríamos de destacar a possibilidade de a escola (e, no nosso caso, a Educação Física, mas não somente ela) assumir/valorizar sua condição de mediação institucional frente aos discursos propostos pelas mídias. Isto quer dizer, trazer para a sala de aula, para a quadra, para os momentos de reflexões e problematizações pedagógicas, aquilo que vem constituindo a cultura esportiva midiaticizada dos alunos.

O que se pretende é o confronto – ou, como sugere Vago (1996), uma tensão permanente – entre os códigos, sentidos e valores do esporte de rendimento espetacularizado pelas mídias, com os valores e códigos que fazem sentido para escola, para o esporte escolar. Nesta perspectiva, a mídia não seria vista como uma inimiga da escola/Educação Física, mas uma interlocutora, pelo fato de propor/evidenciar (mesmo que de forma fragmentada e unidimensional) temáticas/práticas esportivas que, ao se tornarem objeto de ensino/reflexão ampliado na escola, contribuiriam para que outras/novas práticas, modos de experimentá-las e significados, adequados aos propósitos educativos, fossem possíveis e, assim, fundamentadores de uma “cultura esportiva escolar” que dialoga e problematiza as práticas culturais esportivas hegemônicas, como o esporte-da-mídia.

A possibilidade de produção e (re)criação cultural do esporte da/na escola, a partir de seus códigos e valores, foram muito bem abordados por autores como Bracht (1992), Kunz (2001) e Vago (1996). Mesmo percorrendo diferentes caminhos, eles se encontram ao destacarem a importância da elaboração ou trato pedagógico neste processo, contrários a sua aplicação reflexa da realidade cultural. Este movimento de tornar o esporte um objeto/conteúdo a ser ensinado na escola é chamado de “filtragem crítica” (Bracht), “transposição didática” (Vago) ou “transformação didática do esporte” (Kunz).

Avançando neste entendimento, Tarcísio Vago ainda afirma que, esta dinâmica e movimento de mediação indispensável à escola, além de propiciar a transmissão dos conteúdos/conhecimentos elaborados socialmente, faz gerar ainda aquilo que amplia a visão reducionista da escola, ou seja, a sua possibilidade e capacidade de produzir e (re)criar cultura.

Mesmo não apontando elementos específicos para o processo de (trans)for-

mação<sup>14</sup> esportiva na escola em meio a midiaticização da sociedade/cultura, seus estudos contribuem para que a busca de outras/novas formas de ensino/reflexão do esporte sejam perspectivados, e para tanto, apresentamos os referenciais da mídia-educação.

#### **4. OUTRA MIXAGEM: A MÍDIA-EDUCAÇÃO FÍSICA E (TRANS)FORMAÇÃO ESPORTIVA EMANCIPADA.**

O processo de ressignificação dos esportes e dos conteúdos da Educação Física no âmbito escolar exige uma abordagem reflexiva que se considere também a importância de se trabalhar com as mídias no processo pedagógico; a idéia-chave e introduzi-las na escola (e na Educação Física) como um novo dado relacionado aos seus saberes/fazeres, que precisam ser criticamente refletidos e explorados, devido as suas interferências na cultura esportiva contemporânea.

Pires (2002) explora e desenvolve as relações entre as mídias e a cultura esportiva contemporânea, baseado em pressupostos da Teoria Crítica (Escola de Frankfurt). Tendo como referência o conceito de Indústria Cultural pensado para o esporte, destaca como consequência não apenas inevitável, mas de certo modo esperada (como sua contraparte subjetiva), a produção de uma “semicultura esportiva” ou “semiformação esportiva”. Propiciada através da integração ingênua ao processo de mercadorização e rebaixamento da cultura esportiva, operado pelas mídias, geraria subjetividades conformadas e felizes pelo acesso aquilo que foi falsamente projetado como necessidades suas.

Isto porque, na perspectiva germânica da formação cultural autêntica (Bildung), que leva ao esclarecimento e emancipação dos sujeitos, a cultura deveria exercer um duplo papel, na sua tensão permanente entre autonomia (liberdade do sujeito) e adaptação (inserção nas convenções sociais). Uma necessária unidade dialética entre autonomizar-se sem deixar de se submeter ao mundo e, submeter-se sem perder a liberdade/autonomia (PUCCI, 1998).

Acontece que com a Indústria Cultural e a midiaticização da sociedade ocorre uma tendência de congelamento/atrofia do pólo emancipador, privilegiando o pólo da adaptação, o que leva o sujeito à semicultura. Deste modo, os novos valores do espírito produzido pelo capitalismo de mercado incorporam-se na consciência dos sujeitos pela indústria midiática, não como uma passagem do “não-saber” para um “novo-saber”, mas como trajetória errática do “não-saber” para um “semi-saber” (PucCi, 1998).

Para Pires (2002), a consequência mais deletéria da semicultura esportiva não seria a deformação das subjetividades na produção de falsas carências que são satisfeitas pelas ofertas da Indústria, mas sim, a obstrução da capacidade crítica e da

---

<sup>14</sup> O parêntese utilizado na palavra busca intencionalmente destacar a potência de transformação que é vislumbrada em uma autêntica formação esportiva escolar baseada no esclarecimento e emancipação frente às mídias.



capacidade de reconhecer os limites que lhe são impostos, com a intervenção da mídia esportiva.

Mesmo concordando que essas reflexões feitas no século passado apresentam um olhar pessimista<sup>15</sup> à realidade social, principalmente quanto às possibilidades de resistências/mediações, acreditamos que ela nos fornece uma chave para a leitura do presente estágio social, fornecendo importante compreensão das mudanças culturais (incluindo a cultura esportiva) e relações a partir do advento da mídia que precisam ser desocultadas em busca de alternativas.

Como perspectiva de contribuição para (trans)formação esportiva emancipada e esclarecida frente à midiaticização do esporte, sugerimos os estudos e contribuições que vão mobilizar as interfaces da comunicação e educação, trazendo propostas de intervenção nesta realidade. Nesse sentido, propomos como base a adoção da Mídia-Educação Física na escola, isto é, que se adote elementos teórico-metodológicos da Mídia-Educação em suas práticas pedagógicas, apropriando-se e desenvolvendo-as, de acordo com as especificidades e necessidades do componente curricular.

Mídia-Educação, de acordo com Belloni (2001), Fantin (2006), Rivoltella (2009), Bévort e Belloni (2009), Girardello e Orofino (2011), objetiva a formação de receptores e produtores/sujeitos ativos, críticos e criativos em relação às mídias e novas tecnologias, condição para cidadania na contemporaneidade.

Destaca-se que mais do que prover e/ou proteger as crianças e jovens dos meios de comunicação de massa, há que se pensar em formas de prepará-las mais eficazmente para as responsabilidades atuais do ser criança/jovem, o que significa nos dias de hoje, negociar sentidos e estabelecer relações esclarecidas e emancipadas na/com a cultura midiática (FANTIN, 2006).

Como uma das precursoras desse campo, Belloni (2001) vai apontar, ainda na década de 90, a necessidade da escola adaptar-se aos “novos tempos”, considerando as mídias um novo dado relacionada à cultura e cotidianidade das pessoas e sociedade, que precisam ser incluídas nos processos educativos. Para a autora, educar na contemporaneidade remete analisar, refletir e se apropriar das estruturas, dinâmicas e linguagens propiciadas pelas mídias e novas tecnologias em três dimensões:

Educar para as mídias – compreendendo-as como objeto de estudo e temática de reflexão das práticas educativas. Desvelar e esclarecer suas formas de organização e linguagens/narrativas, para a apreciação e utilização crítica.

Educar com as mídias - utilizar as mídias como ferramenta pedagógica no processo de ensino-aprendizagem, isto quer dizer, o seu uso instrumental. Destaca-se a contribuição dos recursos tecnológicos/midiáticos para organização do trabalho pedagógico, e para tanto, é preciso incluí-los nas aulas, lutando pela democratização do acesso e modernização da educação.

---

<sup>15</sup> Cabe aqui lembrar o duplo “espanto” dos frankfurtianos, que talvez possa explicar esse pessimismo: o holocausto judeu com expressivo apoio da “esclarecida” sociedade alemã e o impacto deles frente à chamada “democracia de massa” norteamericana dos anos 40.

Educar através das mídias - refere-se à produção de mídias no contexto educativo, como forma de sistematização de conhecimentos, utilização de novas linguagens (especialmente a digital), e apropriação dos processos de produção de informação/comunicação.

Acredita-se que a efetiva formação para a sociedade midiaticizada só será possível na medida em que trabalharmos de forma articulada com as três dimensões. Assim, não é apenas desejável a sua inclusão nas aulas (como ferramentas – perspectiva mais utilizada), é preciso ainda refletir sobre o processo de produção e as representações construídas/socializadas (análise crítica), colocando também a “mão na massa”, logo, produzindo mídias e novas formas comunicativas e expressivas (vídeos, blogs, jornais, animações).

Estes três contextos são reconfigurados por Rivoltella (citado por FANTIN, 2006), sendo então denominados: metodológico, crítico e produtivo.

No **contexto metodológico ou tecnológico**, a mídia-educação é considerada um recurso (instrumento) para reinventar a didática, incluindo novos suportes de aprendizagem, além do tão utilizado livro-texto.

No **contexto crítico**, a mídia-educação tematizaria as mídias (objeto de estudo) para que os alunos fossem capazes de compreender, interpretar e avaliar seus diversos conteúdos.

E no **contexto produtivo** utilizam-se as mídias como linguagem, como forma de expressão e comunicação, ou seja, ensina-se sobre/atraves das linguagens das mídias.

Esta realidade permitiria que a práxis educativa, de acordo com Fantin (2006,) desenvolvesse habilidades e competências que objetivam 1) Adotar a comunicação como modo e espaço de educação; 2) Utilizar as mídias como materiais e ferramentas de intervenção educativa; 3) Valorizar o fazer como oportunidade de aprendizagem; 4) Utilizar a desconstrução e ressignificação de mensagens como metodologia importante; 5) Formar o pensamento crítico.

Através das inúmeras possibilidades desta mixagem, poderíamos vislumbrar a construção e (re)criação de outras culturas esportivas escolares, em que as mídias entram não no intuito de transformar as aulas de Educação Física em um discurso sobre a prática, mas na sua potencial contribuição para ação-reflexão-ação crítica, criativa e produtiva dos conteúdos propostos, como o esporte. Conteúdo este que têm sido foco de inúmeras apropriações e interesses midiáticos, especialmente em um momento em que a sociedade brasileira discute a realização de mega-eventos esportivos em seu território.

Estes acontecimentos podem ser considerados o ápice desta relação entre o esporte e as mídias, ou a hipertrofia do esporte-da-mídia, por congregarem um dos maiores índices de audiência midiática, torna-se, assim, palco privilegiado para outros jogos, os de interesses mercadológicos/econômicos e ideológicos.

É importante destacar que, mesmo tendo a sua realização em nosso território,

a maioria dos brasileiros somente terá acesso a estes eventos esportivos através das múltiplas telas, ou seja, a relação com estes acontecimentos é/será para quase todos mediada tecnologicamente pelas diferentes mídias.

A relação do esporte com as mídias, neste sentido, torna-se elemento de compreensão importante que descortina alguns pontos de reflexão sobre o fenômeno esportivo na atualidade e, conseqüentemente, sobre os grandes eventos esportivos; ou não poderíamos falar em (tele)espetaculares eventos esportivos, uma vez que são as lentes e diferentes telas que captam, produzem (o espetáculo) e nos mostram estes eventos?

Possibilidade e iniciativas no âmbito da mídia-educação física vêm sendo geridas, pesquisadas e socializadas pelo LaboMídia - Grupo de Estudos e Laboratório da Mídia Esportiva, com sede na UFSC e núcleos-parceiros em várias IES, como é o caso da Universidade Federal de Sergipe<sup>16</sup> – como possibilidade de criar reflexões e promover práticas/experiências mídia-educativas na Educação Física. Contudo, ainda é preciso constituir-se em uma ação mais coletiva e engajada da área, estando presente na formação inicial dos futuros professores. Como incentivo e predicativo desta efetivação trazemos as palavras de Orofino (2005, p.66):

*Várias escolas já adotam iniciativas de uso dos meios no contexto pedagógico e para que isso aconteça, não existem fórmulas e receitas prontas. O que é necessário, isto sim, é a abertura e vontade política de experimentar e também correr os eventuais riscos que se revelam ao longo dos processos de criação de novos caminhos.*

## **5. SOBRE EDUCAÇÃO E CONEXÃO: REFLEXÕES FINAIS.**

Esperamos ter contribuído para se compreender a importância de que a midiática da cultura esportiva seja considerada como elemento importante de entendimento das diversas determinações e apropriações que a dinâmica social confere ao esporte na contemporaneidade. Realidade que traz desafios, possibilidades e também limites para educação, uma vez que, de acordo com Paulo Freire (2000, p.31) “se a educação sozinha não transforma a sociedade, sem ela tampouco a sociedade muda.”

Assim, pensar no potencial da transformação que a formação esportiva, esclarecida e emancipatória em relação às mídias, pode proporcionar significa não apenas considerar a transmissão e apropriação na escola dos conhecimentos e experiências culturais que configuram as (novas e antigas) formas de ser/estar e compreender a sociedade (leitura da realidade, a partir das diferentes manifestações esportivas) mas, também, considerar a sua capacidade de produzir outros olhares, experiências e práticas culturais conectadas ao nosso tempo.

Tempo de reconhecer a Mídia-Educação Física na escola como possibilidade de (re)criação e (trans)formação cultural, a partir de sua condição de mediadora e

---

<sup>16</sup> Para saber mais sobre este coletivo: [www.labomidia.ufsc.br](http://www.labomidia.ufsc.br)

produtora de sentidos/significados no processo comunicacional e expressivo, que poderá propiciar aos alunos o desenvolvimento de formas criativas, críticas e produtivas de elaboração do esporte escolar, adequado a seus contextos e necessidades e, em conexão com a condição da cidadania na sociedade midiaticizada.

### REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BELLONI, M. L. **O que é mídia educação**. Campinas: Autores Associados, 2001.

BENJAMIM, W. **Magia, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 7ª. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

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

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

BÉVORT, E.; BELLONI, M. L. **Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas**. Educação & Sociedade, v.30, n.109, p.1081-1102, dez/2009,

BIANCHI, P. **Formação em mídia-educação (física): Ações colaborativas na rede municipal Florianópolis/Santa Catarina**. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Florianópolis: PPGEF/UFSC, 2009.

BRACHT, V. **Aprendizagem Social e Educação Física**. Porto Alegre; Magister, 1992. 122p.

\_\_\_\_\_. **Sociologia Crítica do Esporte: uma introdução**. 2.ed. rev. Ijuí: Unijuí, 2003.

CAETANO, A. **Os discursos sobre saúde na mídia: limites e possibilidades de tematização na educação física escolar**. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Florianópolis: PPGEF/UFSC, 2011.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ECO, U. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FANTIN, M. **Mídia-Educação: conceitos, experiências, diálogos Brasil-Itália**.

Florianópolis: Cidade Futura, 2006.

FORQUIN, J. Saberes Escolares, imperativos didáticos e dinâmicas sociais. **Teoria e Educação**, Porto Alegre: Ed. Pannonica, nº 5, p. 28-54, 1992.

FREITAG, B. Sistema e “mundo vivido” em Habermas. **Revista do GEEMPA**, v.1, p. 61-71, 1993.

FREIRE, P. **Pedagogia da indignação: cartas pedagógicas e outros escritos**. São Paulo: Ed. UNESP, 2000.

GIRARDELLO, G.; OROFINO, M. **Una mirada sobre educación y medios en Brasil**. Infoamérica, n. 5, p. 113-122, 2011.

KUNZ, E. **Transformação didático-pedagógica do esporte**. 4. ed. Ijuí: Ed. UNIJUÍ, 2001.

LISBOA, M. M. **Representações do esporte-da-mídia na cultura lúdica de crianças**. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Florianópolis: PPGEF/UFSC, 2007.

LISBOA, M. M.; PIRES, G.L. Televisão, representações sociais e cultura de movimento: tecendo reflexões de uma trama no contexto da infância. **Motrivivência**, ano 16, n. 23, p. 119-141. Florianópolis: dezembro/2004a.

\_\_\_\_\_. Televisão e Infância: algumas reflexões a partir de produções infantis e seus possíveis reflexos na cultura de movimento das crianças. Semana da Educação Física e Mostra de Trabalhos Acadêmicos da UFSC, 5, jun/2004. **Anais...** Florianópolis-SC: UFSC, 2004b.

MARTIN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, M. W. (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA/USP, Brasiliense, 1995.

MENDES, D.; PIRES, G.L. Desvendando a janela de vidro: relato de uma experiência escolar de mídia-educação e educação física. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**. Campinas, v. 30, n. 3, p. 79-94, maio 2009.

NÓVOA, A. **História da Educação: perspectivas atuais**. 1994 (mimeo.)

OROFINO, M. I. **Mídias e Mediação Escolar: pedagogia dos meios, participação**

**e visibilidade.** São Paulo: Cortez, 2005.

OROZCO, G. G. Hacia una dialectica de la recepción televisiva: la la estructuración de estrategias por los televidentes. In: **Comunicação & Política na América Latina.** Ano 8, v. 22 a 25, p.57-73,1993.

\_\_\_\_\_. La audiencia frente a la pantalla: una exploracion del proceso de recepción televisiva. In: **Diálogos de la comunicación.** v. 30, p. 55-63, jun., 1991.

PIRES, G. L. Globalização da Economia/Mundialização da Cultura. In: Gonzalez, F. J.; Fenterseifer. P. E. (Orgs.). **Dicionário Crítico de Educação Física.** Ijuí: Ed.UNIJUI, p. 215-218, 2005.

PIRES, G. L. **A educação física e o discurso midiático: abordagem crítico-empapatória.** Ijuí: Ed. UNIJUI, 2002.

\_\_\_\_\_. A mediação tecnológica do esporte como substituição da experiência formativa. **Corpo e Consciência.** N. 9, p. 23-39, jan.-jun., 2002b.

\_\_\_\_\_. Breve introdução ao estudo dos processos de apropriação social do fenômeno esporte. **Revista da Educação Física/UEM,** n.9, p.25-34, dez., 1998.

PUCCI, B. A teoria da semicultura e suas contribuições para a teoria crítica da educação. In: ZUIN et al. (orgs.). **A educação danificada: contribuições à teoria crítica da educação.** Petrópolis: Vozes; São Carlos: UFSCar, 1998.

RIVOLTELLA, P. C. Mídia-educação e pesquisa educativa. Florianópolis: UFSC, **Perspectiva,** v.27, n.1, p. 119-140, jan./jun./2009.

\_\_\_\_\_. A formação da consciência civil entre o real e o virtual. In: FANTIN, M.; GIRARDELLO, G. (orgs.). **Liga, roda, clica: estudos em mídia, cultura e infância.** São Paulo: Papirus, 2008.

SODRÉ, M. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: MORAES, D. (org.). **Sociedade Midiaticizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

VAGO, T. M.. O “esporte na escola” e o “esporte da escola”: da negação radical para uma relação de tensão permanente — um diálogo com Valter Bracht. **Revista Movimento,** ESEF/UFRGS, ano III, n. 5, dezembro, 1996.