

## **MÍDIA-EDUCAÇÃO E SUAS IMPLICAÇÕES NA FORMAÇÃO DO SUJEITO: SUBVERSÃO A PARTIR DA EDUCAÇÃO FÍSICA**

**Sérgio Dorenski D. Ribieiro\***

UFS/FAPESB/UFBA – dorenski@ig.com.br

### **RESUMO**

Este estudo analisa o uso das Tecnologias nas aulas de Educação Física. Constitui-se como projeto de pesquisa em andamento vinculada ao Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal da Bahia. Estudos na área da Educação e Educação Física têm demonstrado a necessidade, bem como, as lacunas no campo da mídia-educação/educação física e ainda o quanto a escola está distante dessas novas leituras (mídia) e sua interlocução com o contexto dos alunos e do mundo. De abordagem Qualitativa, é sistematizado a partir de uma Pesquisa-Ação no contexto Escolar.

Palavras-Chave: Tecnologias; mídia-educação; Educação Física

### **RESUMEN**

Este estudio examina el uso de la tecnología en las clases de educación física. Sirve como un proyecto de investigación en curso relacionadas con el Programa de Posgrado en Educación de la Universidad Federal de Bahía. Estudios en Educación y Educación Física han demostrado la necesidad, así como las lagunas en el campo de la física e incluso mídia-educação/educação cómo la escuela está lejos estas nuevas lecturas (medios) y su interacción con el contexto de los estudiantes y el mundo. Enfoque cualitativo se sistematiza de una investigación-acción en el contexto escolar.

Palabras claves: Tecnologías, educación para los medios, educación física

---

\* Professor Assistente do DEF/UFS. Doutorando do Programa de Pós-graduação em Educação da Faculdade de Educação da UFBA. Membro do Labomídia – Observatório da Mídia Esportiva/UFSC/UFS e do MEL-Grupo de Estudo e Pesquisa em Mídia/Memória, Educação e Lazer – UFBA.

## INTRODUÇÃO

Vivemos<sup>1</sup> em “tempos interessantes”, principalmente, no aspecto das inovações tecnológicas. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC`s) estão presentes no cotidiano do homem “civilizado” e o envolve a ponto de dominá-lo como se houvesse uma opressão sobre suas ações. Os meios de comunicação de massa e a crescente incorporação das tecnologias digitais de informação/comunicação na cultura do cotidiano da sociedade contemporânea fazem com que, em todos os campos do conhecimento, abram-se novas perspectivas de estudos focando o conteúdo dos produtos midiáticos, mas também como as pessoas, os receptores, isto é, todos nós, tratamos essas informações e o que fazemos com elas. De modo especial, o campo educacional<sup>2</sup> tem se preocupado muito com este tema, em síntese perguntando-se como agregar a linguagem e a cultura midiática aos processos educativos sem, no entanto, abrir mão do compromisso da sua pedagogização. Aqui vale ressaltar a importância do professor no processo de mediação. Para Marcelo Tas o professor é parte fundamental neste processo e considera um equívoco subestimar a importância dele nesta nova era (revolução digital). Para ele:

Diante do acúmulo de informação, o professor é o cara fundamental para estimular o discernimento. É a peça chave para facilitar esses gigantescos *download* de conteúdo. Ele tem a tarefa difícil e sublime de ajudar o aluno a processar essa massa imensa de informação que chega todos os dias diante de nossos olhos (TAS, 2008, p. 204).

É cada vez mais fascinante - para não dizer deslumbrante - o que a tecnologia nos apresenta na relação homem e objeto. Vemos chips cada vez menores, mini-computadores; vídeo-game; implantes eletrônicos no corpo humano, a nova (será?) TV Digital, os celulares cada vez mais sofisticados, entre outros, além é claro, da facilidade da informação a qualquer tempo e espaço. Os ditames deste avanço nos recriaram e ainda nos conduzem a ser e sentir, ou melhor, eles pensam e sentem por nós, não precisamos de mais nada – parafraseando ADORNO e HORKHEIMER (1985) - só de adaptar-se.

A inquietação como educador, é subverter esta lógica que se apresenta como uma *aporia*; é encontrar saídas que possam levar a uma emancipação sem precisarmos “cortar os pulsos<sup>3</sup>”. Assim como Ulisses<sup>4</sup> ouviu, sentiu o “Canto das Sereias” e não morreu - apesar do

processo de alienação está presente no amordçar de Ulisses - precisamos de estratégias pedagógicas que superem a condição de adaptação e acomodação posta por este modelo de sociedade em que vivemos e germinar a autonomia e esperança frente às TIC's como a mídia e seus agentes. Obviamente, que não se quer acabar com o aspecto fascinante (“canto”) que as TIC's trazem as pessoas, a exemplo do vídeo-game, no entanto, é preciso que o educador não feche os olhos para essas transformações que estão marcando e ressignificando o modo de ser humano.

É sob este prisma que penso, na condição de educador, que possamos encontrar saídas que conduzam os sujeitos para uma emancipação, pois acredito que há “escapes” dessa opressão. Será que este “avanço” tecnológico tem provocado: um esclarecimento ou uma regressão do homem? Talvez, esse problema inicial seja apenas a ponta de um *iceberg*, pois, junto com ele, entrelaçam-se ideologias, visões de mundo, determinismos (econômico, político, social, cultural e científico) e principalmente, práxis pedagógica.

Estamos em um momento histórico em que há uma “explosão” de produtos tecnológicos e que chegam ao mercado com a mesma velocidade em que vão embora, ou seja, a partir do pensamento de Adorno (1985), o novo já nasce velho. A “onda” tecnológica, obviamente envolve as mídias<sup>5</sup> mais tradicionais, a exemplo do Jornal (mídia impressa), pois, já se fala no fim do papel devido à chegada do computador; do Rádio (mídia falada), os MP3 os celulares (esta mídia carece de um maior aprofundamento e estudo pelo que representa hoje em suas múltiplas funções), entre outros, substituiriam o velho rádio de pilha; a Televisão (TV) (mídia que envolve a síntese do cinema, do rádio e do jornal), sendo substituída pela TV Digital que irá revolucionar o modo de ver televisão.

Mesmo com essa “avalanche” tecnológica no cotidiano das pessoas, estamos distantes de compreender a sua relação (das Tic's) com a formação humana. A preocupação fixa logo no plano utilitário, pois, como expõe Chauí (2005), com a Indústria Cultural, há destruição da autonomia do pensamento e das artes. O Estado e Mercado (faces da mesma moeda no mundo global) operam no sentido de esmagar o pilar da emancipação. Entre 2006 e 2007 orientei um trabalho monográfico que serviu de inspiração para construção deste Projeto. “A mídia nas aulas de Educação Física: uma possibilidade”<sup>6</sup>, demonstrou que é possível estimular os alunos a

pensarem, construir suas mídias, a partir de sua realidade de modo autônomo a caminho de uma emancipação. Portanto, configura como situação problema desta pesquisa: **É possível a mídia – no processo educacional – provocar a autonomia e esclarecimento** (grifo meu).

Nos últimos anos, os estudos de mídia seja no aspecto da formação – no curso de Educação Física da Universidade Federal de Sergipe<sup>7</sup>(DEF/UFS) – seja na constituição de um grupo de estudo/pesquisa – Observatório da Mídia Esportiva/CDS/UFSC/UFSC<sup>8</sup> - têm demonstrado a necessidade, bem como, a possibilidade de apropriar-se deste bem simbólico que é fruto da construção humana.

Os Trabalhos – dissertações de mestrado – no programa de pós-graduação da UFSC na área Teoria e Prática Pedagógica têm demonstrado a necessidade, bem como, as lacunas no campo da mídia-educação/educação física. Percebe-se o quanto a escola está distante dessas novas leituras (mídia) e sua interlocução com o contexto dos alunos e do mundo. Destacam-se os trabalhos desenvolvidos por OLIVEIRA (2004); MENDES (2008); BIANCHI (2009).

No âmbito acadêmico, no DEF/UFS, as orientações em monografias de final de curso indicam um aumento significativo da temática mídia nestes trabalhos, o que só reforça a idéia de que se trata de uma discussão indispensável na formação acadêmico/profissional. Além disso, estes trabalhos<sup>9</sup> vêm revelando as lacunas que se constituem entre o conhecimento (da mídia enquanto ferramenta pedagógica) e sua utilização crítica e emancipatória pelos professores em geral e, em especial, o de Educação Física.

#### Objetivo [...] e Suas “Redes”

O objetivo a que se propõe este estudo é **analisar o uso das TIC’s, na constituição de uma “Matrix<sup>10</sup>” na Educação Básica a partir da Educação Física na escola** (grifo meu).

A idéia baseia-se em construir um grupo que possa analisar a mídia (educação para mídia), bem como, construir sua própria mídia (educação com a mídia). Esta construção fixa sua Matrix e provoca sua expansão pelo Estado de Sergipe a partir das Escolas Públicas e até mesmo, para além desses limites geográficos.

O professor (pesquisador/observador) então, cumpre o papel de mediar a relação de apropriação do conhecimento da mídia e suas ferramentas, bem como, as possibilidades que este

conhecimento possa gerar. Para Rivoltella<sup>11</sup> o ideal nas escolas, quando se fala de inclusão digital, é ensinar os alunos que a tecnologia é uma ferramenta social. Considera importante, em alguns casos, que haja menos computadores por sala, ou seja, assim os alunos estariam envolvidos na socialização desses equipamentos e até, construir algo coletivo, do que brigando por um equipamento, reforçando o plano individualista. Talvez assim, estaríamos repensando o conceito de cidadania, ou seja, como explicita Pretto (2008, p. 80-81), “formar um cidadão é muito mais do que treiná-lo para o consumo. [...] a cidadania como sendo um espaço de enriquecimento da formação do ser, espaço de homens produtores de culturas, de conhecimento e de bens [...]”.

Nas pesquisas do Observatório, bem como, as monografias de final de curso (UFS/UFSC), trazem sempre, entre outros problemas, o trato pedagógico da mídia, ou seja, será que **os Professores, em especial da Educação Física, estão preparados para trabalhar com a mídia numa perspectiva crítica, autônoma e esclarecida?** Além disso, como a escola vê a relação educação e mídia, ou melhor, **qual visão do corpo escolar (alunos, professores, coordenadores, diretores) sobre a mídia como ferramenta pedagógica e ainda como a escola lida com a mídia nas suas diversas especificidades de conteúdo?**

Hoje, o uso das mídias como ferramenta pedagógica, não é mais uma ousadia de algum professor, ou grupos de pesquisa. Os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN's) - mídia e cultura corporal de movimento - bem como a Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB), explicitam a necessidade de o aluno apreender lidar com estes meios de forma autônoma e esclarecida. **Mas, será que isto constitui um “corpo” no Projeto Político Pedagógico da escola?** Entende-se que nem os PCN's, nem tampouco a LDB irão ditar nossas ações no fazer pedagógico até por que, acredito que demoraram muito a perceber a necessidade do trato pedagógico com os meios (midiáticos), no entanto, já é algum avanço.

É notória a presença da mídia no cotidiano dos alunos, principalmente a TV e hoje, o celular que dispõe – a cada novo lançamento de modelos – de incontáveis funções (inclusive televisão). Mesmo com esperança de que o computador esteja em todos os lares, a Televisão ainda é a “grande irmã” presente na maioria deles e funcionando de acordo com Belloni (2001) como uma espécie de “escola paralela” e muitas vezes ela representa a única escola. Portanto,

**identificar quais mídias estão mais presentes e são determinantes no cotidiano escolar e fora dele**, é tarefa da pesquisa.

### **Indústria Cultural<sup>12</sup>: “Desmistificado” as Massas**

Adorno e Horkheimer (1985, p. 113), expõem em *Dialética do Esclarecimento*, o conceito de Indústria Cultural com um complemento, qual seja: “O esclarecimento como mistificação das massas”. Neste sentido, aqui representa a tentativa, não tão ingênua, mas, apoiado numa utopia, num “vir a ser”, de que a possibilidade de emancipar-se seja possível. Mas será possível uma sociedade esclarecida?

O sonho de uma sociedade totalmente esclarecida e livre da opressão pode ser frustrante, no entanto, abrem-se caminhos para pensar em pequenos movimentos que possam constituir-se em célula (matriz) e assim, germinar outros e outros. Entende-se que a formação cultural para o esclarecimento, nesta sociedade, está coagida, em sua própria regressão, pela dominação econômica que se configura numa sociedade de classes. Com isso, o projeto para uma autonomia e esclarecimento passa, necessariamente, por um projeto coletivo. Entende-se que a cultura ou formação cultural, seria então, na perspectiva adorniana, a possibilidade de liberdade, de autonomia/esclarecimento. No entanto, como alertava Adorno e Horkheimer (1985), numa sociedade controlada pela mercadoria não há chance para emancipação. Aqui, percebe-se o alerta dos autores como estímulo/desafio em subverter a lógica do capital e não como um pessimismo desmedido, este é o desafio!

O conceito sobre a “Semi-formação”, aqui perseguido, entrelaça-se com o conceito de alienação com o intuito de compreender os ditames da Indústria Cultural. A Semi-formação é um conceito elaborado por Theodor Adorno, um dos filósofos da chamada “Escola de Frankfurt”<sup>13</sup> e da “Teoria Crítica”. Entendo então, que há uma semelhança com o conceito de alienação em Marx<sup>14</sup>.

A produção da cultura vai se integrando ao modo de produção capitalista, assumindo a forma valor, sendo produzida para o consumo mássico, ou seja, para um consumo das massas. Entende-se, aqui, que a Mídia é um meio de difusão e ampliação da Indústria Cultural. Talvez,

entender a Mídia como Indústria Cultural represente a dimensão de poder, ideologicamente, que ela exerce como mediadora na sociedade contemporânea, bem como a velocidade aliada à tecnologia que manipula as dimensões do tempo, deixando as coisas muito semelhantes, como dizem Adorno e Horkheimer (1985, p. 114-115), “toda cultura de massas é idêntica [...]”.

Nos estudos de Pires (2002, p. 101) percebemos que “a Indústria Cultural notabiliza-se pelo oferecimento de cultura de entretenimento, tipo específico e simplificado de bens culturais para fruição (vivências imediatas) nos momentos em que o cidadão encontra-se dispensado do trabalho para recuperação de suas forças produtivas”. Este pensamento é compartilhado por Belloni (2001)<sup>15</sup>, que alerta para a diversão organizada, a partir da cultura do narcisismo do esporte espetáculo, organizado pela Mídia.

Isto posto, quais as astúcias possíveis para sair deste processo “perverso” de dominação que perpassa no interior da Indústria Cultural? Talvez, encontremos no conceito de formação cultural/educacional saídas para uma autonomia crítica e reflexiva diante dos fenômenos que nos aparece na sociedade de controle, como a capitalista. Portanto, é crucial, para uma melhor compreensão acerca da idéia de Indústria Cultural, entender o significado da semi-formação ou semi-cultura, na esperança de encontrar sua antítese.

A *Bildung* no sentido germânico representa a cultura, formação erudita, conhecimento da cultura geral, a cultura do sujeito. Um conceito que se assemelharia à *Paidéia* para antigos gregos. Para Adorno (1996), a *Halb-Bildung*, ou semicultura/semiformação, é a formação que despreza seus determinantes, sem auto-reflexão crítica. Neste aspecto, compreende-se que ela é matéria da Indústria Cultural.

A autonomia então, conforme Pucci (1998) constitui-se um dos momentos da essência da cultura da classe média burguesa que se configurava no início do capitalismo, em oposição à hegemonia político-econômico-social da nobreza. Esse ideal de sonho iluminista, no entanto, com a expansão do capitalismo, principalmente a partir da Revolução Industrial, com a exploração do trabalho, impossibilitou que o homem trabalhador possuísse uma formação cultural e assim, a cultura burguesa (impotente) frustrava-se na tentativa de realizar a construção de uma sociedade de “homens livres”, virando apenas uma mercadoria, com valor de troca. Há então, um processo de exclusão da formação (negação da formação cultural - *Bildung*) pela

semi-formação, ou seja, falsificando a formação (*Halb-Bildung*) que tem na adaptação um caráter de acomodação à natureza (RIBEIRO, 2005).

Neste aspecto, percebe-se o conceito de Alienação<sup>16</sup>, que foi explicitada por Karl Marx<sup>17</sup> e que há uma relação intrínseca com o conceito de semi-formação, ao “encobrir” a produção humana, ou melhor, ao alienar-se o homem curva-se e reverencia as "coisas" criadas por ele mesmo sem reconhecê-las como fruto de sua criação.

A mercadoria representa esta “força” simbólica, pois, como explica Marx (1996, p. 81) "a mercadoria é misteriosa simplesmente por encobrir as características sociais do próprio trabalho dos homens, apresentando-as como características materiais e propriedades sociais inerentes aos produtos do trabalho [...]". Portanto, percebe-se a partir da crítica marxista que o “fetichismo” da mercadoria, que seduz, pela sensação, os homens e os corrompe, no sentido que as características intrínsecas às mercadorias e que representam a ideologia da classe dominante, aparecem ao homem como se lhe fossem naturais e não como fruto do trabalho e nem que sua essência seja fundamentalmente social.

### **O Fetichismo e suas Relações com as TIC's**

Neste estudo, uma discussão indissociável do conceito de mercadoria refere-se ao fetiche<sup>18</sup>. Aqui, irei “tecendo” a partir do objeto de estudo, suas interfaces, ora presente na mercadoria, ora presente nos produtos da mídia, portanto, constitui-se no objetivo desse tópico.

A depararmos com a mercadoria, à primeira vista parece ser coisa simples e de fácil compreensão, principalmente se olharmos a partir de seu valor de uso. No entanto, por trás do simples aparente, há uma dimensão misteriosa e enfeitiçadora que a torna estranha ao homem. Ou seja:

O caráter misterioso da mercadoria não provém de seu valor de uso, nem tampouco, dos valores determinantes do valor [...] O caráter misterioso que o produto do trabalho apresenta ao assumir a forma mercadoria, donde provém? Dessa própria forma, claro. [...] as relações entre os produtores, nas quais se afirma o caráter social dos seus trabalhos, assumem a forma de relação social entre os produtos do trabalho. A mercadoria é misteriosa simplesmente por



encobrir as características sociais do próprio trabalho dos homens (MARX 1996, p.79-80).

Após o processo de industrialização e, principalmente, pelo processo de “Revolução” tecnológica que vivemos hoje, estamos atolados nos signos criados pelo capitalismo. As tribos antigas (primitivas) criavam fetiches (totens), aos quais depois atribuíam personalidades e poderes próprios, como exemplo, atrair a chuva etc. Aqui parece haver uma relação semelhante, a partir de um fetichismo social, ou seja, “os produtos do trabalho humano (mercadoria, capital) aparecem aos homens como se fossem dotados de personalidade própria, e os dominam”. Não resta dúvida que os produtos da mídia possuem esta característica.

Assim, ao venerarmos o fruto do trabalho humano, dando-lhe mais valor, ao produto e não a sua construção (homem), estamos enfeitiçados pelo brilho da mercadoria (fetiche). Neste sentido, para Adorno (2000, p. 77), “Marx descreve o caráter fetichista da mercadoria como a veneração do que é auto fabricado, o qual, por sua vez, na qualidade de valor de troca se aliena tanto do produtor como do consumidor, ou seja, do homem”.

Para Bucci e Kehl (2004, p. 23) “a fórmula mais conhecida e clara de fetichismo da mercadoria é a de que ele é resultado de uma operação que oculta, sob a aparente equivalência objetiva das mercadorias, as diferenças – sob as formas de dominação e exploração – entre os homens que as produziram”. Com isso, o ocultamento que agrega a mercadoria simboliza a relação social no seu interior, entre o capitalista que comprou a força de trabalho e o operário que teve que vendê-la, para garantir sua sobrevivência. Neste sentido, ao ocultar a relação social que incorpora a mercadoria, percebe-se a sociedade caminhando para o individualismo, para a negação da coletividade, até porque, em seu fetiche, a mercadoria não esboça a exploração que se sujeita o trabalhador.

Vê-se que o fetiche da mercadoria provoca um quadro pessimista diante da realidade na sociedade capitalista, ou seja, seria melhor perguntar: como fugir desse domínio sobre nós? Neste sentido a necessidade de superar os caprichos teológicos das mercadorias e ao mesmo tempo, superar também, a condição de “escravos dóceis”<sup>19</sup> do consumo; refletindo com autonomia e emancipação diante da “coisa” portadora de valor de troca, subverter esse quadro (RIBEIRO, 2005).

Percebe-se, como no fetichismo na música provoca, segundo Adorno (2000, p. 89), uma regressão da audição, os bens da cultura (mercadoria), fruto da Indústria Cultural, produzida para um consumo das massas perante sujeitos “semi-formados” e “alienados”, impossibilita o sujeito, reificado, de uma autonomia/esclarecimento, ou melhor, de um “casamento feliz” com o conhecimento. Num outro aspecto, acerca dos bens materiais produzidos pelos trabalhadores vemos que:

O fetichismo da mercadoria produz o efeito de uma insólita espiritualização do corpo-mercadoria – a presença, na própria matéria, de um elemento imaterial, mas físico, de um cadáver sutil, relativamente independente do tempo e do espaço em que esta mercadoria efetivamente circula. A espiritualização, a mesma que se perdeu como riqueza circulante nas trocas criativas entre os indivíduos, retorna aderida às mercadorias, como crença necessária para produzir o esquecimento das condições materiais da produção dessas mesmas mercadorias: a morte lenta do corpo do trabalhador, que transferiu seu tempo de vida para a coisa produzida, e o empobrecimento geral de uma sociedade que só consegue enriquecer à custa destas vidas expropriadas (ZIZEK apud KEHL, 2004, p. 79).

### **Mídia e Novas/Velhas Tecnologias de Informação e Comunicação**

Estamos vivendo um momento de grande “explosão” dos produtos da mídia, seja no seu conteúdo simbólico, seja nos equipamentos eletrônicos disponíveis no mercado, configurando-se assim, num mercado altamente efêmero e inovador. No entanto, as “Velhas” tecnologias – a escrita, o jornal artesanal, a máquina fotográfica e máquina de filmar analógicas – constituem elementos presentes no cotidiano das pessoas, principalmente para aquelas em que o Capital cumpriu o papel de oprimir e segregar. É pensando **NÃO** (grifo meu) nas ferramentas para criar os homens e **SIM** (grifo meu), recriá-las, ou melhor, dar sentido e significado, com autonomia e emancipação, pelos próprios homens, a essa ferramenta (mídia). Sendo assim, é crucial a discussão sobre a mídia em seus aspectos políticos, ideológicos, econômico, entre outros.

As formas simbólicas<sup>20</sup>, que são mediadas pelos meios de comunicação de massa<sup>21</sup>, carregam em si uma gama de poder (simbólico)<sup>22</sup> determinantes no cotidiano das pessoas, uma vez que pode estar explícita (ou implícita), no conteúdo dessas formas, uma relação de classe

(dominante). A meu ver, lidamos com um obstáculo rigoroso, o Poder Simbólico. O “efeito dominó” provocado por ele presente nas mídias, esboça-se em ideologia. É como se o mundo, em todas as suas contradições e diferenças, agora encontrasse um sentido comum.

O alerta feito por Thompson (1998, p.30) de que com o termo comunicação de massa pode provocar enganos, pois, nem todos os produtos da mídia atingem milhares de pessoas, seja em época passada ou presente, nos permite a pensar que este termo ("massa") não pode ser reduzido a uma questão de quantidade. "O que importa na comunicação de massa não está na quantidade de indivíduos que recebe os produtos, mas no fato de que estes produtos estão disponíveis em princípio para uma grande pluralidade de destinatários".

Talvez, poderíamos pensar formas políticas de subversão a este processo de alienação, a exemplo do uso autônomo da internet, no entanto, a educação para a mídia (internet) constitui-se um entrave. Seja na formação de professores, seja na “inclusão digital” as barreiras são maiores do que pensamos (os professores não se sentem capacitados; as escolas não estão preparadas; a formação cultural constitui-se em um grande distanciamento para esclarecimento) para construir uma nova linguagem e novos conceitos, baseada na cooperação.

Aqui está a ousadia deste estudo, qual seja: de apostar nos sujeitos, ou melhor no potencial “criativo do ser humano”<sup>23</sup> que subverte a todo instante a lógica da Sociedade de Controle, como explica Thompson (1998), em que os “receptores” (sujeitos) dos produtos da mídia são vistos como sujeitos passivos, sem sensibilidade, sem criticidade, como uma "esponja" que absorve água. Isto seria uma contradição, devido à complexidade com que os produtos da mídia chegam até os sujeitos em suas vidas, provocando diferentes interpretações e reações. Idéia esta compartilhada por vários autores da Educação e Educação Física no Brasil – Belloni (2001), Betti (1989; 2003), Pires (2002; 2003) – que perspectivam, a partir daí, a necessidade de uma educação para a mídia, no sentido de criar autonomia e esclarecimento ao sujeito receptor.

Ler criticamente a "comunicação de massa" (C.M.) significa analisá-la pelo enfoque econômico (indústria de equipamentos eletrônicos) que gera bens culturais, além do aspecto político, bem como, artístico-cultural, para romper com o processo de banalização da cultura - Indústria Cultural. Assim, os contextos sociais específicos, os quais a mídia está presente, serão lidos, a partir de sua própria realidade.

Percebe-se então, o cunho ideológico presente nos produtos da mídia, pois, “transmite informações, alimenta o imaginário do sujeito e constrói uma interpretação do mundo e, com isso, difunde idéias sobre a cultura corporal de movimento” (BETTI, 1998, PIRES, 2003). Sendo assim, importante interpretá-lo a partir do contexto social o qual estamos inseridos, libertando-se dessas “amarras”.

Um dos conteúdos da Educação Física que tem uma estreita relação com a Indústria Cultural é o esporte, pois, constitui-se num fenômeno cultural de interação social e de produções de significados (formas simbólicas). Com isso, logo assumiu a forma midiática na sociedade do espetáculo, principalmente, na realidade brasileira, em períodos de Campeonato Mundial de Futebol, Olimpíadas, Jogos Pan-americanos, entre outros. Talvez, essa seja a “deixa” para provocar os sujeitos nos seus contextos.

#### **Possíveis Caminhos Metodológicos: Da Abordagem Qualitativa à Pesquisa-Ação e Da “Colheita”<sup>24</sup> aos Sujeitos da Pesquisa**

Há objetos de estudos que, indubitavelmente já merecem o caráter qualitativo. As teias que os sustentam vão além de meros dados quantitativos, a sua essência é qualitativa. Assim, tratar com sujeitos, construtores de sua história, numa perspectiva autônoma para emancipação, numa escola da rede pública do Estado de Sergipe, experimentando e analisando as Tic's, nos leva a crer que estamos neste caminho.

A vivência no “campo” provocará um envolvimento - da pesquisa - com ações - professor/pesquisador e sujeitos da pesquisa. Portanto, o tipo de pesquisa que será submetido este estudo é a **Pesquisa-Ação**, (grifo meu) que “[...] é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com uma resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos do modo cooperativo ou participativo” ( THIOLENT 1985, p 14).

Nesta estreita relação de cumplicidade, não se pode perder de vista que, ao criarmos os conflitos, bem como, problematizado o contexto, pois, aproximação entre sujeito/ensino e a pesquisa serão indissociáveis, haverá perspectivas de mudanças não só na construção (midiática), mas, sobretudo, na melhoria das práticas educativas.

Para “colheita” dos dados utilizaremos a **Observação Participante** (grifo meu) e entrevistas **semi-estruturadas** (grifo meu). Para Minayo (1996) esta modalidade de entrevista, combina questões abertas e fechadas em que o entrevistado tem a possibilidade de discorrer sobre o tema.

Na fase de Campo, faremos uso do “**Diário de Campo**” (grifo meu), pois, conforme Minayo (1996) é o instrumento coerente e mais tradicionalmente utilizado na Observação Participante. Para esta autora o Diário de Campo nada mais é do que um caderno de notas e que nele devem ser inscritos impressões pessoais que vão se modificando com o tempo. Esta uma estratégia complementar da observação participante. Sendo assim, como estratégias metodológicas para o Campo:

1º) faremos a escolha da escola (a definir), que será da Rede Pública Estadual;

2º) Escolheremos a turma – 7ª série – do ensino fundamental, no horário da disciplina Educação Física. Esta série simboliza uma faixa etária (entre 12 a 14 anos) e que segundo Betti (1998); Orofino (2005) fase essa, com maior incidência dos produtos da mídia, principalmente, os advindos da televisão;

3º) A partir da anuência da Escola/professor de Educação Física, para ficarmos com as aulas de Educação física durante o ano, organizaremos um grupo – MATRIZ – que será responsável, juntamente com o professor/pesquisador, em organizar as atividades/programas relacionando a Educação/Educação Física e a Mídia. Este grupo, a partir do pensamento de Paulo Freire (1987), será o “Multiplicador”, ou seja, terá a função de repassar para os demais colegas, o conhecimento apreendido – aqui o uso das possíveis tecnologias (mídia), estará presente (câmara de filmar, máquina fotográfica, computador, entre outros);

4º) Após o ano letivo e com a organização do Diário de Campo (presente a todo instante), voltaremos ao campo no intuito de reorganizar o Grupo e também de realizar as entrevistas (elaboração prévia de um roteiro de entrevistas), com estes sujeitos e também com Professores/Coordenadores/Diretores;

5º) Por fim, faremos as análises de todo o processo de investigação.

Os sujeitos da pesquisa compreenderão uma população de professores (as) e alunos (as) de uma escola da Rede Pública Estadual de Ensino<sup>25</sup>, tendo como amostra: 1 professor (a) de Educação Física da Escola; 1 professor (a) de outra disciplina; 1 Coordenador de educação da Escola; 1 Diretor e por fim, 05 alunos, escolhidos aleatoriamente, que farão parte dos “multiplicadores” e 05 alunos, também aleatoriamente, pertencente à série (7<sup>a</sup>) em observação.

### **Considerações (in) Conclusivas**

Os trabalhos com mídia, numa perspectiva educacional, têm demonstrado várias lacunas no ambiente escolar. Seja no tocante a falta de equipamentos, seja da qualificação dos professores, bem como um distanciamento naquilo que os alunos estão vivendo na sua realidade midiática e nas propostas - que ainda são enraizadas nos modelos tradicionais de ensino-aprendizagem – advindas das instâncias públicas para uso das tecnologias em sala de aula.

Observamos que na Educação Física também não é diferente este distanciamento do uso das tecnologias/mídia em suas aulas, com um agravante: o que tem a ver mídia e Educação Física! Como se fosse possível separar a cultura da vida das pessoas em fragmentos disciplinares numa esquizofrênica “coxa de retalhos”.

Neste sentido que este estudo aposta nos sujeitos vivos, na participação coletiva, no processo de colaboração e principalmente no processo de autonomia para emancipação/esclarecimento, pois acredito que seja possível subverter a lógica de opressão que ronda a sociedade.

### **REFERÊNCIAS**

- ADORNO, T.W. & HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991.
- BETTI, Mauro. **A Janela de vidro**: esporte, televisão e educação física. Campinas: Papirus, 1998.
- \_\_\_\_\_. **Imagem e ação**: a televisão e a Educação Física Escolar. In: Educação Física e mídia, novos olhares, outras práticas. São Paulo: Hucitec, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Mídia e educação**: análise da relação dos meios de comunicação de massa com a educação física. Bauru/SP. Seminário Brasileiro em Pedagogia do Esporte, 1998a.
- BELLONI, Maria Luíza. **O que é mídia-educação**. Campinas: Autores Associados, 2001.
- BIANCHI, Paula. **Formação em mídia-educação (física)**: ações colaborativas na rede municipal de Florianópolis/Santa Catarina. Dissertação de mestrado. UFSC, 2009

- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- BRACHT, Valter. **Sociologia Crítica do Esporte: uma introdução**, UFES: Vitória 1997.
- BRANT, João. **O lugar da educação no confronto entre colaboração e competição**. In: Além das redes de colaboração: Internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008.
- BUCCI, Eugenio e KEHL, Maria R. **Videologias**. São Paulo: Boitempo, 2004.
- CHAUI, M. **Convite à Filosofia**: São Paulo, Ática 1994.
- \_\_\_\_\_. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- FREITAG, B. **A teoria crítica: ontem e hoje**, São Paulo: Brasiliense, 1986.
- FANTIN, Mônica. **Mídia-educação: conceitos, experiências e diálogos Brasil-Itália**. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.
- IANNI, Octávio. **Enigmas da Modernidade - mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000, p. 141-160.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru-SP: EDUSC, 2001.
- KENSKI, Vani Moreira. **Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação**. Campinas: PAPIRUS, 2007.
- MARX, Karl. **O Capital: crítica da economia política: livro I** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.
- \_\_\_\_\_. **O Capital: capítulo VI inédito**. São Paulo: PAZ E TERRA, 1991.
- MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Moraes, 1996.
- MATOS, Olgária C.F. **A escola de Frankfurt: luzes e sombras do iluminismo**. São Paulo: Moderna, 1995.
- MENDES, Diego de Sousa. Luz, câmera, pesquisa-ação: a inserção da mídia-educação na formação continuada de professores de educação física. Dissertação de mestrado. UFSC, 2008.
- MINAYO, Maria C.S. **O desafio do Conhecimento**. São Paulo: afiliada, 1996.
- \_\_\_\_\_. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- OLIVEIRA, Marcio R. Ribas de. **O primeiro Olhar: experiência com imagens na educação física escolar**. Dissertação de mestrado. UFSC, 2004.
- OROFINO, Maria Isabel. **Mídias e mediação escolar: pedagogia dos meios, participação e visibilidade**. São Paulo: Cortez, 2005.
- PIRES, Giovani De Lorenzi. Globalização, cultura esportiva e educação física. In: **Revista Motrivivência**. Dezembro de 1997.
- \_\_\_\_\_. **Educação física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória**. Ijuí: Unijuí, 2002.
- PRETTO, Nelson De Luca e SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Além das redes de colaboração: Internet, diversidade cultural e tecnologias do poder**. Salvador: EDUFBA, 2008.
- PRETTO, Nelson De Luca e ASSIS, Alexandra. **Cultura digital e educação: redes já!** In: Além das redes de colaboração: Internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008.
- PRIMO, Alex. **Fases do desenvolvimento tecnológico e suas implicações nas formas de ser, conhecer, comunicar e produzir em sociedade**. In: Além das redes de colaboração: Internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008.
- PUCCI, Bruno. A teoria da semicultura e suas contribuições para a teoria crítica da educação. In: ZUIN, Antônio; RAMOS DE OLIVEIRA, Newton. **A educação danificada: contribuições à teoria crítica da educação**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- RIBEIRO, Sérgio Dorenski D. **Amadorismo/Profissionalismo: suas relações com o trabalho na história de um clube de fábrica**. Monografia de final de curso. Departamento de Educação Física, UFS, 1997.1.
- \_\_\_\_\_. **Da fábrica ao campo de futebol, vender tecido e vender espetáculo: tecendo os fios de um "casamento feliz"**. Florianópolis: CDS/UFSC. Dissertação de Mestrado, 2005.

TORVALDS, Linus. **O que faz o coração de um Hacker bater mais rápido, também conhecido como lei de linus**. In: A ética dos HACKERS e o espírito da era da informação: a importância dos exploradores da era digital. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez, 1985.

TAS, Marcelo. **Para um bom uso das novas ferramentas, observem as crianças**. In: Além das redes de colaboração: Internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**. Petrópolis/RJ: Vozes, 1998.

---

<sup>1</sup> Giovanni De Lolrenzi Pires e Sérgio Dorenski escrevem na apresentação do Livro “Pesquisa em Educação Física e Mídia na Pós-graduação: Contribuições do Observatório da mídia esportiva” sobre este aspecto. Aqui, trata-se apenas de uma síntese.

<sup>2</sup> Nos mais variados campos de conhecimentos, há grupos que se preocupam com esta temática ( mídia-educação ) a exemplo do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (CBCE), Intercom e mais recentemente, o Encontro Nacional do Observatório da Mídia Esportiva – ENOME - entre outros.

<sup>3</sup> A conversão do espetáculo em mercadoria provoca-nos uma sensação de impotência a exemplo do próprio suicídio daquele que denunciou esta sociedade (Guy Debord) e sua imagem sendo vendida como mercadoria (SIBILIA, 2008).

<sup>4</sup> A Odisséia um poema épico da antiguidade clássica grega, escrito por Homero.

<sup>5</sup> No Plural, refere-se aos “diferentes veículos ou ferramentas de veiculação da mensagem, cabendo a cada uma delas determinado papel ou função comunicacional na sociedade[...]” (HACK E PIRES 2004 p. 162).

<sup>6</sup> SANTOS, Cássia Fernanda Cardoso dos. Monografia de final de curso. UFS, 2007.

<sup>7</sup> Destacam-se duas Disciplinas, no âmbito do Departamento de Educação Física, Basquetebol e Tópicos Especiais em Educação Física. Nestas, foram discutidos a relação Educação Física, Esporte e Mídia num sentido da compreensão/aplicação desta relação. O resultado deste processo, foram alguns trabalhos que merecem destaques: 1 – Telemaco (nome fictício) – Analisou os bastidores do “Globo Esporte” local. O Acadêmico conheceu os bastidores da produção das notícias esportivas, os equipamentos e principalmente, como são preparadas e veiculadas. Constatou-se o determinismo das notícias da Direção Nacional, o que implica na ênfase de notícias sobre o futebol e no caso específico, poucas notícias sobre o basquetebol; 2 – Heitor (nome fictício) – Analisou a influência da mídia na moda instituída na prática do basquetebol, como tênis, calçados, camisas etc. Neste caso, o local observado foi numa escola particular que tem o basquetebol paralelo à Educação Física. Constatou, que mesmo na iniciação do basquetebol, há uma dominação pela indumentária advindo, via mídia televisiva, dos padrões americanos. Esses três últimos trabalhos, além das entrevistas foi utilizada, como recurso metodológico, a câmara de filmar.

<sup>8</sup> Criado no ano de 2003, na Universidade Federal de Santa Catarina, vem se constituindo em um Fórum acadêmico/científico que une a discussão entre a Educação Física, Esporte e Mídia. Presente efetivamente no Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte (GT-02 Comunicação e Mídia), Intercom, SBPC e mais recentemente, o Encontro Nacional do Observatório da Mídia Esportiva (ENOME), entre outros. Neste aspecto, é visível a produção científica veiculada em alguns periódicos específicos da Educação Física, a exemplo: Pensar a Prática; Revista Brasileira de Ciências do Esporte; Revista Motrivivência.

<sup>9</sup> Destaque para o trabalho Cássia Fernanda Cardoso dos Santos – “A Mídia nas Aulas de Educação Física: uma possibilidade” – Defendido em fevereiro de 2007, que vem gerando muitos “frutos”, apresentação em Congresso Científico (Regional/Nacional e Internacional), mas, o grande legado deste trabalho foi a semente plantada na escola em que os alunos, ao se apropriarem das ferramentas e da nova linguagem, mudaram seu olhar para mídia.

<sup>10</sup> Alusão ao filme Matrix. Aqui, a idéia central gira na vontade de germinar, ou seja, “lugar onde se gera ou cria”.

<sup>11</sup> Pier Cesare Rivoltella – Especialista em Mídia Educação da Universidade Católica de Milão. [www.observatoriodamidiaesportiva.com](http://www.observatoriodamidiaesportiva.com). Entrevista a Débora Didonê.

<sup>12</sup> Adorno e Horkheimer (1985) - O conceito de Indústria Cultural está relacionado com o processo de banalização da cultura e também de sua difusão, por meio de sua mercadorização.

<sup>13</sup> FREITAG (1986, p.9) – “Escola de Frankfurt refere-se simultaneamente a um grupo de intelectuais e a uma teoria social. Esse termo surgiu posteriormente aos trabalhos mais significativos de Horkheimer, Adorno, Marcuse, Benjamim e Habermas sugerindo uma unidade geográfica [...]”.



<sup>14</sup> Ver: Manuscritos Econômico-filosóficos de 1844. Grandes cientistas sociais. V. 36, 1989 e Mészáros – A teoria da Alienação em Marx, 2006.

<sup>15</sup> BELLONI (2001) - O lazer espetacularizado: cultura do narcisismo e indústria cultural. Revista Motrivivência Nº 18.

<sup>16</sup> "A alienação é um fenômeno pelo qual os homens criam ou produzem alguma coisa, dão independência a essa criatura como se ela existisse por si mesma, e em si mesma, deixam-se governar por ela como se ela tivesse poder em si e por si mesma, não se reconhecem na obra que criaram, fazendo-a um ser - outro, separado dos homens, superior a eles e com poder sobre eles" (CHAUÍ, 1994 p.170).

<sup>17</sup> Manuscritos Econômico-Filosóficos de 1844. Grandes cientistas sociais. v. 36, 1989.

<sup>18</sup> MARX (1996), expõe "o fetichismo da mercadoria: seu segredo". A intenção é revelar a dimensão social do trabalho que se materializa na mercadoria e que não se percebe, como se ela tivesse vida própria.

<sup>19</sup> Escravos dóceis, pois não há resistência dos sujeitos frente aos ditames do mercado impulsionados pelo processo de banalização da cultura, advinda da Indústria Cultural. A resistência, numa perspectiva adorniana, com o esclarecimento. Como dizem Adorno e Horkheimer (1985, p.13), "[...] que a liberdade na sociedade é inseparável do pensamento esclarecedor".

<sup>20</sup> Entende-se, a partir do pensamento de Thompson (1998), que em todas as sociedades os seres humanos se ocupam da produção e do intercâmbio de informações de conteúdo simbólico.

<sup>21</sup> Refere-se à produção institucionalizada e difusão generalizada de bens simbólicos através da fixação e transmissão de informação ou conteúdo simbólico. Mesmo com as considerações feitas por Thompson (1998) de que os termos comunicação e massa (C.M.) são complexos, pelo fato de, na maioria das vezes, na mídia haver uma transmissão e também, não atingir a todos os sujeitos. Outro ponto relevante, segundo Belloni (2001), que é comum no meio acadêmico, é a expressão C.M. como sinônimo de mídia.

<sup>22</sup> Para Thompson (1998) - o poder simbólico nasce na atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas. "O Poder Simbólico, é a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas" (p. 24). Para Bourdieu (2002), O Poder Simbólico é esse poder invisível, o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exerceu. Poder quase mágico, que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário. Apesar de Thompson (1998) apropriar-se do termo (poder simbólico) elaborado por Bourdieu, o diferencia na sua conceituação. No entanto, entendemos que ambos os conceitos serão utilizados em nosso trabalho, pois no primeiro há um avanço na perspectiva frankfurtiana e o segundo, assemelha-se ao conceito de fetiche e alienação que percorremos no decorrer deste trabalho.

<sup>23</sup> Celso Furtado. Conexão Roberto D'ávila. TVE, Brasil.

<sup>24</sup> Colheita é alusão ao sentido de germinar, cultivar, sentir, pois a expressão coleta está muito impregnada pelo positivismo das ciências naturais.

<sup>25</sup> Nas Oficinas de Resistência promovidas pelo SINTESE, foi desenvolvida "Educação Física, Esporte e Mídia", em que foi constatado – relato dos participantes – que há uma grande dificuldade em trabalhar com a mídia.