

MÍDIA E FUTEBOL: CONTRIBUIÇÕES PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA PEDAGOGIA CRÍTICA

BRUNO GONÇALVES LIPPI

Licenciado em educação física (Universidade Estadual Paulista – Unesp)
Especialista em pedagogia do esporte escolar (Universidade Estadual de Campinas – Unicamp)
Professor da Rede Municipal de Ensino de São Paulo
E-mail: bruno.lippi@uol.com.br

DIRLEY ADRIANO DE SOUZA

Licenciado em educação física (Universidade Estadual Paulista – Unesp)
Especialista em pedagogia do esporte escolar (Universidade Estadual de Campinas – Unicamp)
Professor da Rede Estadual de Ensino de São Paulo
E-mail: dirleyunesp@yahoo.com.br

Dr. MARCOS GARCIA NEIRA

Doutor em educação, Universidade de São Paulo (USP)
Professor da Faculdade de Educação da USP
E-mail: mgneira@usp.br

RESUMO

A interface mídia e futebol transformou-se em objeto de estudo das ciências do esporte, dada a compreensão do fenômeno esportivo enquanto produto cultural explorado pelos meios de comunicação de massa. Nas escolas, os educadores revelam suas preocupações no tocante à reprodução pelos estudantes das concepções veiculadas no discurso midiático. Em função disso, a partir da teorização cultural e dos principais trabalhos sobre o tema, este estudo analisa o conteúdo socializado sobre o futebol na mídia impressa e televisiva, questiona o discurso da alienação/passividade presente no senso comum, reconhece o poder de persuasão da mídia e sugere encaminhamentos didáticos que integrem a prática corporal e a linguagem audiovisual, visando a uma pedagogia comprometida com a formação crítica.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia; futebol; cultura; educação física.

INTRODUÇÃO

Em seus estudos sobre a formação cultural do povo brasileiro, Da Matta (1986) e Bruhns (2000) atribuem ao futebol um papel relevante na constituição da identidade nacional. Segundo os autores, esse esporte tornou-se um regulador das relações sociais, confundindo-se com o estilo de ser e os modos de viver da população. Embora seja impossível generalizar a influência do futebol, de alguma forma, a maioria das pessoas está exposta aos seus códigos e signos culturais. Por exemplo, observa-se na linguagem cotidiana a presença de jargões futebolísticos: “Ele terminou o trabalho aos 45 *do segundo tempo*”, “o sujeito *pisou na bola* com os colegas”, “Quem não assumir os princípios da empresa será *jogado para o escanteio*”, entre outras figuras de linguagem.

Nos tempos atuais, a revolução tecnológica, particularmente os meios de comunicação de massa, tem proporcionado um canal privilegiado para divulgação do futebol. Seus signos são difundidos via programas e noticiários esportivos, mesas-redondas, jogos transmitidos ao vivo via TV, rádio, Internet, filmes, livros, documentários etc. De fato, essa intersecção com a mídia potencializa a emissão de códigos pertencentes à cultura do futebol ao mesmo tempo em que age nas transformações da modalidade e na compreensão dos espectadores, leitores e ouvintes.

A educação física, enquanto componente curricular responsável pela apropriação, ressignificação e ampliação de conhecimentos da cultura corporal, não pode ficar aquém dessa discussão, visto que, na contemporaneidade, os meios de comunicação de massa se configuram entre as principais fontes de informação e conhecimento acessadas pelas crianças e jovens.

Se considerarmos que esse conhecimento, como qualquer outro, não é neutro, pois se encontra sob influência das concepções de mundo, sociedade e ciência que o produziram, sinalizamos a necessidade de analisar criticamente o discurso midiático do futebol no contexto educacional, para que se possa, pedagogicamente, oferecer condições para que os estudantes desvendem os interesses e valores veiculados pela mídia acerca dessa prática esportiva.

Visando colaborar para a construção de uma pedagogia crítica¹ da educação física, o estudo realizado procurou compreender como o discurso midiático interfere nas formas de apropriação do fenômeno esportivo futebol e apontar alguns aspectos

¹ Adotamos a concepção de pedagogia crítica manifestada por McLaren (1997), para quem a pedagogia crítica é uma pedagogia engajada e responsável diante dos dilemas sociais. Segundo o autor, a pedagogia crítica examina o currículo escolar no contexto histórico-social e político que caracteriza a sociedade dominante, desvela as relações de poder que atravessam a cultura no sentido amplo e incorpora as experiências de vida dos oprimidos, suas histórias e seus valores.

que merecem atenção por ocasião da sua inserção no currículo escolar. Para tanto, enquanto metodologia, recorreu-se à revisão dos estudos que abordam o papel persuasivo da mídia e seus impactos na socialização de conteúdos alusivos ao esporte. O raciocínio construído permitiu, recorrendo à hermenêutica crítica proposta por Kincheloe (2007), interpretar fragmentos do discurso midiático sobre o futebol veiculado por jornais e programas televisivos no biênio 2006/2007 previamente selecionados. O critério para a escolha baseou-se prioritariamente na identificação de conteúdos que manifestavam concepções e interesses oriundos dos setores dominantes e, por conseqüência, inibidores de outros olhares sobre a temática em questão. A partir da adoção dos referenciais da pedagogia da cultura corporal, na seqüência, foram apresentados possíveis encaminhamentos para uma prática pedagógica que inclui a leitura crítica da linguagem e dos conteúdos veiculados pela mídia.

A ATUAÇÃO PEDAGÓGICA DA MÍDIA

As análises marxistas consideravam que a dominação e a inculcação dos valores capitalistas se concretizavam por meio de instituições como a escola, a Igreja e os locais de trabalho, os quais compunham os aparelhos ideológicos do Estado (ALTHUSSER, 1980). A partir de Foucault (1992), no entanto, constata-se que o poder de controle social se encontra nas relações e nos significados atribuídos culturalmente e não mais restritos às instituições sociais. Foucault alargou essa idéia ao considerar que os mecanismos de dominação e opressão não estão nas instituições, e sim se apresentam de forma sutil e implícita na sociedade por meio de um emaranhado constituído pelas relações de poder.

Foucault concebe o poder não como algo fixo tampouco centralizado, mas como uma relação, como algo móvel e fluido. Esse poder simbólico compõe o alicerce do processo de construção dos sujeitos e das subjetividades, a identidade cultural é construída a partir dos aparatos discursivos, entre eles, a potente mídia. Nesse ponto, o discurso midiático contribui, sensivelmente, para a socialização de valores e idéias dominantes, diminuindo a força simbólica dos valores que se contrapõem ou se apresentam de forma alternativa.

Corroborando essa idéia, McLaren (2001) deflagra que, na atualidade, a forma de controle social impregnada nas relações sociais tem desencadeado um processo de homogeneização das consciências, um dispositivo de abolição das diferenças. Tal dispositivo se enquadra na lógica neoliberal, à qual subordina grande parte das relações sociais aos preceitos do mercado, dado que a homogeneidade e a estereotipagem de comportamentos favorecem a produção e comercialização de produtos culturais, além de manter a ordem social estabelecida.

Por esse entendimento, os meios de comunicação de massa participam do processo de constituição de sujeitos e subjetividades pela socialização de uma enorme teia de significados que termina por submeter todos os sujeitos de uma sociedade. Considerando seu profundo envolvimento com a produção de imagens, sons, significados e saberes, acabam por exercer uma determinada “pedagogia” pela socialização de certos modos de ser e estar na sociedade.

A função pedagógica da mídia é corroborada por Fischer (2002) quando afirma que a comunicação social é:

Um lugar extremamente poderoso no que tange à produção e à circulação de uma série de valores, concepções, representações – relacionadas a um aprendizado cotidiano sobre quem nós somos, o que devemos fazer com o nosso corpo, como devemos educar nossos filhos, de que modo deve ser feita nossa alimentação diária, como devem ser vistos por nós, os negros, as mulheres, pessoas das camadas populares, portadores de deficiências, grupos religiosos, partidos políticos e assim por diante (p. 153).

A investigação de Capinussú (2005) endossa essa posição constatando a influência dos meios de comunicação na prática de exercícios físicos, na prática esportiva e nos hábitos alimentares. Segundo o autor, a observação dos parques, calçadões, praças públicas, quadras esportivas permitirá constatar o aumento crescente da prática de atividades físicas. Da mesma forma, o autor sugere que observemos as mudanças na oferta de alimentos nos últimos dez anos com aumento da demanda de produtos da linha *light* e *diet*. Comportamentos reforçados pela publicidade maciça de reportagens sobre a importância dos cuidados com o corpo.

Fischer (2002) apresenta-nos os recursos da televisão que contribuem para o processo de apropriação de signos e significações, e destaca os recursos aos quais a televisão recorre para conquistar um *status* de detentora da verdade única e inquestionável:

1) Auto-referência – O modo como a TV fala de si através de diversos produtos; 2) A repetição – imagens e estruturas que retornam, propiciando tranquilidade, prazer e identificação; 3) O aval de especialistas – para legitimação das verdades narradas; 4) A informação didática – colocando o espectador na posição de quem deve ser cotidianamente ensinado; 5) A opção por um vocabulário facilitado, traduzido especialmente quando relacionado a termos técnicos; 6) A reiteração do papel social da TV – o veículo apresentando-se como denunciador dos problemas sociais e, igualmente, como fonte de soluções possíveis – como um lugar do “bem”; 7) A caracterização da TV como locus da “verdade ao vivo”, da realidade, especialmente, nas transmissões ao vivo e na busca de imagens que reproduzam o real, mesmo em comerciais e telenovelas; 8) A transformação da vida em espetáculo – seja nas produções ficcionais, seja nos materiais informativos; 9) A caracterização da TV como o “paraíso dos corpos” – particularmente, dos corpos belos e jovens; 10) A reprodução na TV de práticas e normas nitidamente “escolarizadas” (p. 156).

É para a análise dessa pedagogia que se têm voltado autores que, de certa forma, inauguram a crítica à pedagogia da mídia. As análises de Giroux (1995) a respeito dos filmes produzidos pela Disney, por exemplo, problematizam a suposta inocência e o caráter aparentemente inofensivo e até benigno das produções dessa indústria cultural para o público infantil. Em filmes como *A Pequena Sereia* ou *Aladim*, por exemplo, Giroux vê uma pauta pedagógica carregada de pressupostos etnocêntricos e sexistas que, longe de serem inocentes, moldam identidades infantis e juvenis de forma bem particular, por meio da constituição de subjetividades e identidades:

Mesmo que as mensagens possam ser lidas através de uma variedade de significados, moldados em diferentes contextos de recepção, os pressupostos dominantes que estruturam estes filmes carregam um enorme peso, ao restringir o número de significados culturais que lhes podem ser atribuídos, especialmente quando o público a que se dirigem é constituído, em sua maioria, de crianças (GIROUX, 1995, p. 63).

Faz-se, por exemplo, um programa para jovens tendo em mente um jovem-modelo tal qual o perfil imaginado para torná-lo o cliente ideal do produto anunciado. Eco (1970) citado por Betti (1998) completa: “ao invés de dar ao público o que ele quer, sugere-lhe o que deve querer ou deve acreditar que quer” (p. 347). Depreende-se daí que o discurso midiático socializa signos de conformação social. No contexto atual, a mídia exerce um “persuasivo papel de ensinar” sob uma embalagem de entretenimento com efeitos visuais e sonoros priorizando os prazeres da imagem em contraposição a uma análise crítica (GIROUX, 1995).

Por essa via, a mídia torna-se um instrumento eficaz para a conservação da ordem estabelecida, dado que os meios de comunicação de massa estão sob controle de grupos dominantes que disseminam, a partir seus referenciais, uma determinada cultura. O fato de que alguns poucos conglomerados monopolizam a fatia mais importante da mídia mundial (OLIVEIRA, 2004) torna possível inferir que as maneiras de pensar distintas da ideologia de mercado, bem como os valores pertencentes a outras culturas, encontram espaço reduzido, previamente demarcado, para manifestarem-se.

Na produção de um noticiário, por exemplo, um pequeno grupo responsabiliza-se pelos conteúdos e pelas interpretações dando pouca ou nenhuma vazão às várias versões possíveis. Caberia questionar aqui, quais interesses estão pautados na seleção das reportagens? Quais são os referenciais dos “selecionadores”? Será que a interpretação dada corresponde aos interesses dos diversos grupos que compõem a sociedade?

Se aceitarmos a definição de Hall (1997), para quem a cultura é um campo de lutas, diremos que apesar de os “selecionadores” do conteúdo midiático valo-

rizarem determinadas interpretações em detrimento de outras, isso não significa a plena aceitação dos conteúdos veiculados. Até porque, em certa medida, é possível selecionar o que assistir, ouvir e ler e resistir, transgredir, ressignificar ou negar o que é assistido, ouvido ou lido, recorrendo a novas leituras que produzam outras significações a partir das experiências pessoais de cada indivíduo ou grupo e da comparação e confrontação daquilo que é comunicado com as experiências advindas da realidade social. Mesmo assim, reforçamos que no campo das lutas simbólicas a mídia, principalmente a televisiva, detém um poder desigual de significação das práticas sociais em razão de suas marcantes presença, força e insistência na divulgação de certas concepções de mundo.

A INTERSECÇÃO MÍDIA E ESPORTE NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

No terreno esportivo é inegável a importância da mídia tanto na promoção quanto no estabelecimento de estruturas para interpretação de sentidos e significados. Ao mesmo tempo em que difunde conhecimentos acerca das práticas e espetáculos esportivos, também fornece um conjunto de códigos para decifrar as mensagens transmitidas. Conforme o que se discutiu anteriormente, o problema configura-se quando se constata que esses códigos representam um determinado pensamento e uma determinada cultura.

Betti (1998) confirma essa posição ao afirmar que a mídia televisiva “codifica a realidade diante da câmera e constrói uma realidade textual autônoma” (p. 35). Para o autor, as emissoras televisivas não apenas selecionam eventos esportivos e imagens sobre eles, mas fornecem definições do que foi selecionado: “ela interpreta os eventos para nós, fornece uma estrutura de significados na qual o evento faz sentido” (p. 61). Isso quer dizer que a televisão seleciona as imagens que são interessantes ou não, a partir de critérios subordinados a uma concepção de esporte e sociedade, assim como a partir das especulações de publicidade da emissora. Enfim, quem assiste não acessa a totalidade do esporte em si, vê, na verdade, uma interpretação do pequeno grupo responsável pela transmissão do espetáculo esportivo.

“O esporte telespetáculo tende a valorizar a forma em relação ao conteúdo (quer dizer, o como se apresenta o esporte é mais importante do que o que se apresenta), e para tal, faz uso privilegiado da imagem audiovisual” (BETTI, 2001, p. 126). As mensagens enviadas pela TV estimulam os telespectadores e provocam um certo impacto emocional que comove os sentidos, podendo desencadear alguns sentimentos como tristeza ou felicidade. Nessa fase, não adianta apelar à razão, porque a imagem nos pega desprevenidos (idem).

Betti (1998) sugere que os principais meios de comunicação de massa apresentam a natureza seletiva e elitista da cultura esportiva dominante, reforçando aspectos como a aquisição de habilidades de alto nível, especialização e recompensas, tornando-os naturais e normais para os praticantes, ou seja, oferecendo-os como a única possibilidade de fazer e pensar o esporte.

Ao analisar as formas pelas quais a mídia constrói subjetividades esportivas, Florenzano (2006) menciona a homogeneização de comportamentos aceitos pela sociedade para os diversos grupos sociais, ou seja, constrói estigmas de atleta, treinador e professor que se constituem como um recurso simbólico de preconceito, atuando como uma ferramenta para deslegitimar e enfraquecer os discursos e as denúncias daqueles que resistem aos comportamentos estabelecidos pelo discurso midiático. No futebol, por exemplo, Florenzano (2006) explica o processo de criação da figura do jogador-problema pela mídia, atribuindo-lhe uma imagem pessoal associada à rebeldia e à baderna. Entre os inúmeros casos, destaca-se o estereótipo construído ao redor do jogador Edmundo², mesmo que ele tenha permanecido dois anos sem qualquer expulsão, conforme noticiou a *Folha de S.Paulo* em 6 de junho de 2007. Estratégias assim, no nosso entender, contribuem para invalidar qualquer denúncia contra a configuração do sistema do futebol profissional, visto que a mídia atribui ao jogador contestador a pena de “mau exemplo para a sociedade”.

Tendo em vista o que foi apresentado até o momento, não podemos destinar ao acaso o fato de que uma das principais emissoras brasileiras de televisão tenha divulgado uma série de reportagens sobre a organização da educação física em outros países³ e documentários sobre os atletas que participariam dos Jogos Pan-Americanos do Rio de Janeiro. Desse “pacote” também fizeram parte *slogans* como: “onde um professor vê uma criança, vê um atleta”. Notamos aqui a intenção velada de inculcar determinados valores nos telespectadores, relacionando a educação física escolar à formação de atletas.

Com o apelo financeiro da mídia, algumas modalidades esportivas renderam-se à cultura dominante. Subordinaram suas regras e suas tradições históricas em troca de uma nova fonte de recursos financeiros obtidos pela transmissão dos campeonatos, muitas vezes, com vistas à própria sobrevivência do esporte profissional. O voleibol, por exemplo, alterou a forma de contagem dos pontos, incluiu a função do líbero, deixou à disposição da TV a definição dos horários das partidas de acordo com a grade de programação, enfim, tudo isso para se adaptar

² *Folha de S.Paulo*, Caderno de Esportes, 13 nov. 2006.

³ Disponível em: <<http://www.globo.com>>. Acesso em: 14 abr. 2007.

aos mandos da transmissão televisiva e seus patrocinadores, entenda-se: o “deus” mercado (BRACHT, 2003).

Com o mesmo sentido, Oliveira (2004) denuncia a interferência direta das redes de televisão na organização dos espetáculos esportivos. As redes midiáticas e seus patrocinadores exigem reformas arquitetônicas, ditam regras, impõem horários, vestimentas, número de entrevistas dos atletas, retorno dos seus investimentos por meio da vitória, além da criação de heróis e a mitificação de nomes. Como caso emblemático, cabe mencionar a discussão sobre os horários dos jogos de futebol profissional que ocorrem no período noturno na cidade de São Paulo⁴ originada com a aprovação de uma lei municipal em 2006 que visava impedir o término tardio das partidas, em virtude das dificuldades de retorno dos torcedores às suas casas por conta do período de funcionamento do transporte público. O referido projeto de lei enfrentou uma grande oposição por parte dos anunciantes e da emissora de televisão que adquiriu os direitos de transmissão dos jogos, pois, segundo seus diretores, a emissora correria o risco de perder pontos na audiência, o que resultaria na redução do interesse publicitário. Reforçando a influência da mídia, a Federação Paulista de Futebol e os clubes ficaram insatisfeitos com essa tramitação legal, em razão do receio de perda financeira correspondente à concessão de imagens. Como resultado, a lei foi vetada pelo prefeito e o torcedor que frequenta os estádios continua deparando-se com a escassez de transporte.

Reforçando os valores dominantes, a partir de 2005 alguns clubes têm sido punidos, quase sempre em função de atos dos seus torcedores, e obrigados a realizar seus jogos com os “portões fechados”, ou seja, o espectador perde o direito de assistir *in loco* uma partida de futebol e é obrigado a transformar-se em telespectador, ou seja, “teleconsumidor”, suscetível a certas imagens, propagandas, comentários etc. Vale destacar que, na primeira fase do Campeonato Paulista de 2007, a média do público pagante foi de cinco mil torcedores por partida e, ano a ano, a média de torcedores que vão aos estádios de futebol tem-se reduzido⁵. Com base em fatos como esses, Betti (2005) considera existir uma decisiva influência da televisão sobre as manifestações da cultura corporal.

Contrariando esse quadro e opondo-se radicalmente ao discurso midiático alinhado com a cultura dominante, identificamos alguns “focos de resistência” que viabilizam a abertura de campos para novas (ou velhas) práticas de significação do patrimônio da cultura corporal, mesmo que poucos tenham acesso a elas em virtude da restrição dos canais de comunicação.

⁴ Folha de S.Paulo, Caderno de Esportes, 22 dez. 2006.

⁵ Folha de S.Paulo, Caderno de Esportes, 3 abr. 2007.

O movimento de transformação de diversas práticas corporais em esporte-espetáculo não consegue “comprar” todos os envolvidos: Bob Burnquist, por exemplo, *skatista* renomado, recusa-se a participar de torneios internacionais patrocinados por empresas que semi-escravizam mão-de-obra; a persistência cotidiana de práticas desportivas cujos formatos se distanciam daqueles veiculados pela mídia, como as “rinhas humanas” da periferia paulistana, as “corridas de touro” espanholas, o “cálcio” ainda presente na Itália, o “futebol de salão” do interior paulista, a participação lúdica em “corridas de rua” como a São Silvestre etc., constituem-se em alguns exemplos de resistência.

É impossível negar, também, que as mídias vêm exercendo um papel relevante na disseminação e atualização dos saberes relacionados à cultura corporal (BETTI, 2005). Se, antes, tínhamos acesso a escassas informações sobre as práticas corporais pertencentes a outros grupos culturais, atualmente os meios de comunicação de massa promovem uma intensa divulgação dessas informações.

Por exemplo, o *videogame* possibilita o acesso virtual de determinados esportes cuja prática nem sempre é possível, como o futebol americano e o beisebol, entre outros. O *videogame*, ao tentar simular a realidade, permite aos seus praticantes a constatação de rituais, costumes e hábitos culturais das práticas corporais simuladas; além disso, a prática virtual do *videogame* auxilia na compreensão de organizações táticas e regras complexas de práticas corporais pouco comuns à maioria das pessoas.

Na mídia impressa, encontramos uma série de revistas especializadas em determinadas manifestações corporais e, mesmo com o alinhamento de uma parcela significativa dos seus textos e artigos com a idéia de mercantilização do corpo, alguns veículos disponibilizam matérias com informações e discussões relevantes. Na mesma direção, alguns programas especiais nas rádios promovem reportagens especiais, entrevistas com especialistas e depoimentos de atletas. Na Internet, encontramos uma série de matérias em portais especializados e, também, verificamos produções e discussões independentes publicadas por jornalistas, atletas e pessoas anônimas por meio de *blogs*.

Conforme o exposto, dado o alcance e o poder simbólico exercido pela mídia esportiva sobre os múltiplos espaços culturais, sua influência cultural não pode ser ignorada tampouco menosprezada, mesmo que muitos não atentem às ideologias conservadoras por ela produzidas e reproduzidas. Nesse âmbito a escola surge como espaço propício para que se estabeleça uma reflexão sobre esse processo e a aula de educação física como o tempo curricular adequado para a reflexão crítica e pedagógica acerca do repertório de informações, visão de mundo e concepções que dizem respeito ao fenômeno esportivo. Em função disso, defendemos currículos

escolares de educação física que também interpretem a cultura corporal a partir do discurso midiático, aprofundando saberes e desvelando intenções.

A ESCOLA, A MÍDIA E O FUTEBOL: POSSIBILIDADES DE INTERLOCUÇÃO

Tal qual as demais modalidades esportivas, o futebol, esporte moderno criado e difundido pela ascendente burguesia inglesa pós-Revolução Industrial, foi inserido como conteúdo no currículo escolar, em função da constituição de uma estratégia de disseminação do projeto de sociedade daquele grupo (ÉLIAS, 1990). Tomando como base as contribuições de Foucault (2004) e de Hall (1997), bem como a identificação dos focos de resistência anteriormente relatados, rejeitamos a visão simplista de que o futebol, no ambiente escolar, assume uma simples reprodução do sistema capitalista e das mensagens enviadas pelas mídias em razão da negação que tal assertiva faz da riqueza e da dinâmica cultural do cotidiano escolar, em que convivem diversas práticas que resistem ao ideário conservador e neoliberal.

Reforçando essa idéia, investigações recentes no campo da educação física escolar têm avançado no sentido de perceber a escola não mais como um espaço de simples reprodução cultural, mas também como um espaço social conflituoso, contraditório e de produção cultural. Faria (2001), ao pesquisar as práticas esportivas em duas escolas públicas mineiras, constatou que o esporte, predominantemente o futebol, assumia diversos usos e significados, apresentando distanciamentos do futebol profissional. Foram identificadas, por exemplo, modificações no conteúdo e na forma do jogo, novos gestos, posturas inclusivas em relação aos colegas, discussões acaloradas sobre as regras etc.

Betti e Batista (2005) demonstraram que o uso de recursos midiáticos é possível para a aprendizagem de conhecimentos acerca da cultura corporal. Na pesquisa realizada, os autores utilizaram desenhos animados para o ensino da prática corporal do rolimã. Segundo o relato, a partir da exibição do desenho animado *Rocket Power* os alunos puderam compreender os sentidos e os significados da prática social do rolimã e discutir valores e atitudes, “já que o enredo do desenho se desenrolava em torno de uma fraude ocorrida em uma competição” (p. 3). Além disso, os autores concluíram que os vídeos são ferramentas metodológicas motivadoras, possibilitando maior participação, interesse e interatividade dos alunos acerca do objeto estudo selecionado pelo professor.

Neira e Nunes (2006) também sugerem que a utilização de imagens, fotos, vídeos, Internet, sons, apresentações multimídia, entre outros recursos audiovisuais, podem contribuir para o trabalho de pesquisa dos professores e alunos sobre as manifestações culturais estudadas. De acordo com os autores, tais recursos

tecnológicos servem como suporte para reprodução fiel das práticas corporais na forma como são vivenciadas na sociedade, possibilitando aos alunos captarem, com uma análise crítica, quais são os referenciais em que essas práticas estão ancoradas socialmente.

No entanto, Korsakas e Butrico (2006), entrevistando professores que atuam no ensino fundamental, verificaram a raridade do uso de recursos midiáticos. Segundo as pesquisadoras, a justificativa emitida pelos educadores baseia-se na falta de formação específica para a construção de um trabalho pedagógico sistematizado com tais características. Em contrapartida, os docentes entrevistados concordam com a necessidade atual de utilização das mídias como um recurso pedagógico. De forma interessante, os depoentes forneceram três justificativas para o uso dos recursos midiáticos: 1) podem ilustrar algumas situações de aula; 2) auxiliam na compreensão do aluno; 3) possibilitam a interpretação crítica do próprio discurso midiático sobre as práticas corporais.

Cabe-nos alertar que o simples uso dos materiais produzidos pelos meios de comunicação de massa (TV, filmes, rádio, *videogames* e Internet) ou de ferramentas tecnológicas (computadores e projetores de imagens) não garantem por si a construção de práticas pedagógicas que forneçam elementos para reflexão crítica sobre as práticas do futebol ou qualquer outra prática corporal.

Segundo Betti (1998), a educação física escolar precisa possibilitar aos alunos a capacidade de interpretar os textos visuais produzidos pela mídia, principalmente, a linguagem televisiva. "Há a necessidade, em um primeiro momento, de uma imersão completa para compreender a mensagem audiovisual, mas é também necessário o segundo tempo, à distância, para chegar a uma certa verdade do conhecimento" (p. 59). Educar para o segundo momento é um dos papéis da escola, em outras palavras, tomar consciência daquilo que está sendo aprendido. Isso significa que se quisermos promover uma experiência crítica com relação ao discurso televisivo do futebol poderemos, por exemplo, partir de questões como: quais as modalidades de futebol são prioritariamente transmitidas? Quais equipes ocupam maior espaço na mídia? Quais as características dos programas de informação futebolística? Como são formatadas as transmissões de futebol ao vivo? Quem são os principais personagens do mundo futebolístico? Quem são as pessoas e/ou instituições que definem os regulamentos dos campeonatos de futebol? Quem são os patrocinadores do futebol? Afinal, a quem interessa que o futebol seja veiculado nesse formato?

Como se pode notar, os estudos realizados sobre o tema apontam para múltiplas possibilidades de uma ação pedagógica a partir dos recursos midiáticos. Se esse dado for levado em consideração, o educador poderá recorrer durante as aulas a inúmeros mecanismos midiáticos e produtos culturais que permitem o

estabelecimento de outros olhares sobre o futebol, assim caberá tematizar, por exemplo, o conteúdo dos programas esportivos, álbuns de figurinhas, loterias, livros, *videogames*, jogos de tabuleiro, rituais de preparação para a Copa do Mundo, jogo de botão, entre outros.

As intervenções pedagógicas devem possibilitar experiências que permitam fazer, ao mesmo tempo, uma leitura ampliada do fenômeno futebol na sociedade e de toda subjetividade transportada pelos seus códigos e signos, colocar-se no lugar do outro, de ver como o outro vê, de compreender os conhecimentos pertencentes à contradição da cultura do futebol são alguns dos elementos fundamentais para aquela "leitura" crítica.

É de fundamental importância que, com a mediação do professor, o processo de questionamento seja desencadeado, trazendo à tona conflitos e entendimentos e, por meio deles, as práticas corporais possam ser reconstruídas pelos sujeitos envolvidos na ação pedagógica, em que a alteridade e o respeito pela diversidade cultural se façam presentes nas práticas cotidianas escolares.

Para tanto, faz-se necessário explorar algumas temáticas veiculadas pela mídia, principalmente, aquelas que formatam identidades ou camuflam atos preconceituosos como: a) o futebol como área reservada masculina; b) a formação de ídolos, mitos e heróis; c) as torcidas organizadas de futebol; d) a gestão do futebol brasileiro; e) a exacerbação do nacionalismo proposto pelo futebol, como a execução obrigatória do hino nacional antes dos jogos em São Paulo; f) a discriminação racial; g) a violência nos estádios de futebol, entre outras temáticas possíveis.

No entanto, Neira e Nunes (2006) consideram que a escolha das temáticas estudadas acerca do futebol deve partir de um mapeamento da cultura corporal patrimonial⁶. Sugerem que esse mapeamento verifique quais são as práticas corporais vivenciadas ou conhecidas pela comunidade escolar, como se manifestam e quais saberes os alunos possuem sobre elas. A partir daí será possível construir uma prática pedagógica voltada para a apropriação crítica e constantemente ressignificada dos conhecimentos alusivos à cultura corporal. Para tanto, por meio da leitura das vivências corporais alimentada pelas informações sobre elas disponíveis, poder-se-á verificar seu significado na sociedade atual, desvelar suas origens sociais e discutir quais valores e atitudes se encontram presentes na sua produção e reprodução. Nesse sentido, as mídias podem assumir um papel de suporte, para veiculação de imagens e informações que reproduzem a maneira como o futebol é praticado e disseminado na sociedade, ou como alvo de investigação e interpretação e, nesse

⁶ Termo apresentado por Pérez Gallardo (2003).

caso, os recursos midiáticos tornam-se objeto de interpretação de suas mensagens e significados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível constatar que, atualmente, as mídias, especialmente a televisão, assumiram o papel de protagonistas na difusão dos interesses de determinados grupos sociais. As mídias, com o uso dos artefatos esportivos, das reportagens, das propagandas comerciais, das transmissões televisivas, entre outros recursos, atuam como transmissores de comportamentos e valores da cultura esportiva dominante, na condição de únicos e verdadeiros, negando as diversas formas de manifestações das práticas esportivas.

Verificamos uma gama de mecanismos de dominação, opressão e controle social amparados pela mídia, os quais geram um quadro pouco favorável quanto ao desejo da construção de uma educação emancipatória pautada por princípios democráticos e pela justiça social. Porém, ao aceitarmos as colocações de Foucault (2004) e Hall (1997), bem como os resultados do trabalho empírico de Faria (2001), é possível inferir uma postura não-passiva com relação ao processo de inculcação cultural promovido pelo discurso midiático sobre o futebol, visto que os indivíduos realizam novas leituras de significação cultural das práticas corporais, a partir das informações, imagens e sons veiculados. As pesquisas empreendidas acerca das ações pedagógicas com a utilização das mídias sugerem possibilidades para que os professores possam organizar práticas pedagógicas com vistas à neutralização e/ou a oposição dos discursos dominantes, principalmente aqueles que favorecem atitudes preconceituosas que tentam homogeneizar culturas e reforçam identidades culturais.

Por fim, destacamos a necessidade da continuidade de investigações que assumam como objetivo identificar os graus de interferência do discurso midiático na educação escolar e as possibilidades de utilização das mídias como um recurso pedagógico a favor de uma educação para a transformação social.

Mídia and soccer: contributions for a critic pedagogical construction

ABSTRACT: The interface media and soccer has become a study object of sport science, taking into consideration the comprehension of the sport phenomenon as a cultural product explored for the mass media. In the schools, educators reveal concerns related to the conceptions carried out in the mediatic speech and reproduced by the students. In relation with that, starting from the cultural theorization and the main papers on that specific theme, this study analyses

the common content about football in written and televised media, questions the alienated and passive speech present in the common sense, recognizes the power of persuasion of the media and suggests didactic actions which interfere in the corporal practice and the audiovisual language, intending a pedagogy compromised with critic education.

KEY WORDS: Midia; soccer; culture; physical education.

Medios de comunicación y futbol: contribuciones para la construcción de una pedagogía crítica

RESUMEN: La interfaz medios de comunicación y futbol se ha transformado en objeto de estudio de las ciencias del deporte, dada la comprensión del fenómeno deportivo cómo un producto cultural explorado por los medios de comunicación masivos. En las escuelas, los educadores revelan sus preocupaciones con respecto a la reproducción por los estudiantes de los valores vehiculados em los discursos de los medios. Debido a eso, a partir de la teorización cultural y de los principales trabajos acerca del tema, este estudio analiza el contenido socializado sobre el fútbol en los medios impresos y televisionados y se pregunta sobre el discurso de la alienación/pasividad presente en la opinión general, reconoce el poder de persuasión de los medios de comunicación y sugiere direcciones didácticas que integren la práctica corporal y el lenguaje audiovisual, valorando una pedagogia comprometida con la formación crítica.

PALABRAS CLAVES: Medios de comunicación; futbol; cultura; educación física.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, L. *Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado*. Lisboa: Presença, 1980.

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

_____. Mídias: aliadas ou inimigas da educação física escolar? *Revista Motriz*, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 125-129, jul./dez. 2001.

_____. *Educação física, cultura e sociedade*. Disponível em: <www.pefes.rg3.net>. Acesso em: 20 jul. 2005.

_____.; BATISTA, S. R. A televisão e o ensino da educação física na escola: uma proposta de intervenção. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, Campinas, v. 26, n. 2, p. 135-148, jan. 2005.

BRACHT, V. *Sociologia crítica do esporte: uma introdução*. Ijuí: Editora Unijuí, 2003.

BRUHNS, H. T. *Futebol, Carnaval e capoeira*. Campinas: Papirus, 2000.

CAPINUSSÚ, J. M. Influência da mídia na prática esportiva, na alimentação do esportista e na propagação do movimento olímpico. *Revista da Educação Física*, Rio de Janeiro, n. 130, p. 52-55, abr. 2005.

DA MATTA, R. *Explorações*. Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

ELIAS, N. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

FARIA, E. L. O esporte na cultura escolar: usos e significados. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 2001, Caxambu. *Anais...* Caxambu: DN CBCE/Secretarias Estaduais de Minas Gerais e São Paulo, 2001.

FISCHER, R. M. B. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 151-162, jan./abr. 2002.

FLORENZANO, J. P. *Palestra proferida por ocasião do Congresso: Cultura corporal: desafios à educação física, esporte e lazer*. São Paulo: Sesc, 2006.

FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

_____. *A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970*. São Paulo: Loyola, 2004.

GIROUX, H. A disneyização da cultura infantil. In: SILVA, T. T.; MOREIRA, A. F. (Orgs.). *Territórios contestados: o currículo e os novos mapas políticos e culturais*. Petrópolis: Vozes, 1995.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, n. 2, v. 22, p. 15-46, jul./dez. 1997.

KINCHELOE, J. L. Redefinindo e interpretando o objeto de estudo. In: KINCHELOE, J. L.; BERRY, K. S. *Pesquisa em educação: conceituando a bricolagem*. Porto Alegre: Artmed, 2007.

KORSAKAS, P.; BUTRICO, G. M. Educação física escolar: perspectivas educacionais da utilização dos meios de comunicação como recurso pedagógico. *Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte*, São Paulo, v. 5, número especial, p. 39-46, 2006.

MCLAREN, P. *A vida nas escolas: uma introdução à pedagogia crítica nos fundamentos da educação*. Porto Alegre: Artmed, 1997.

_____. *A pedagogia da utopia*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2001.

NEIRA, M. G.; NUNES, M. L. F. *Pedagogia da cultura corporal: crítica e alternativas*. São Paulo: Phorte, 2006.

OLIVEIRA, C. B. Mídia, cultura corporal e inclusão: conteúdos da educação física. *Lecturas: Educacion Física y deportes*, Buenos Aires, v. 10, n. 77, out. 2004.

PÉREZ GALLARDO, J. S. *Educação física escolar: do berçário ao ensino médio*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.

Recebido: 27 jan. 2008

Aprovado: 10 jun. 2008

Endereço para correspondência
Marcos Garcia Neira
Av. da Universidade, 308 – Cidade Universitária
São Paulo-SP
CEP 05508-040