

**“MORANGOS COM AÇÚCAR” NA TELINHA: EXPERIÊNCIA
PEDAGÓGICA JUNTO A ESTUDANTES PORTUGUESES DE EDUCAÇÃO
FÍSICA**

Recebido em: 10/04/2009

Aceito em: 20/08/2009

Cinthia Lopes da Silva

Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP

Piracicaba – São Paulo – Brasil

RESUMO: Este trabalho tem como finalidade descrever e analisar uma experiência pedagógica realizada junto a estudantes portugueses de Educação Física. Essa experiência consiste na problematização de uma série televisiva, denominada “Morangos com açúcar”. Os programas televisivos são produções que tem como finalidade difundir significados e entreter os telespectadores. Os estudantes de Educação Física, ao realizarem uma leitura de qualidade da mídia, terão condições de ter uma intervenção social futura efetiva. Como procedimentos metodológicos, é feita uma “descrição densa” da troca de significados junto aos participantes da pesquisa, caracterizando um estudo eminentemente qualitativo. Como resultado, a experiência pedagógica viabilizou aos estudantes revisão de conceitos e reflexões que contribuem para o desenvolvimento pessoal desses sujeitos e para sua formação profissional.

PALAVRAS-CHAVE: Atividades de Lazer. Televisão. Educação Física e Treinamento.

**“STRAWBERRIES WITH SUGAR” ON SCREEN: A PEDAGOGICAL
EXPERIENCE WITH PORTUGUESE STUDENTS OF PHYSICAL
EDUCATION**

ABSTRACT: This paper aims to describe and analyse a pedagogical experience carried on with Portuguese students of Physical Education. This experience consists in the problematisation of a TV series entitled “Strawberries With Sugar” (*Morangos Com Açúcar*, in Portuguese). The TV programmes are productions which aim to disseminate meanings and to entertain the audience. The Physical Education students, when proceeding to a quality reading of the media, will be able to socially intervene in the future, in an effective manner. As methodological procedures, a 'dense description' of the exchange of meanings among the participants of the survey is made, thus characterising an eminently qualitative study. As a result, the pedagogical experience made feasible for the students the revision of concepts and reflections that contribute for these subjects' personal development and professional training.

KEYWORDS: Leisure Activities. Television. Physical Education and Training.

INTRODUÇÃO

Esse trabalho consiste em descrição e análise de uma experiência pedagógica realizada junto a estudantes portugueses de Educação Física¹. A oportunidade de trabalho junto a esse grupo foi decorrente do recebimento de uma bolsa de estudos para a realização do estágio de doutorado no exterior. Esse contato foi avaliado como enriquecedor, uma vez que seria possível o acesso aos estudantes portugueses de Educação Física, aos códigos sociais que são familiares a esses sujeitos e a mediação de sentidos em outro contexto cultural.

A série televisiva portuguesa “Morangos com açúcar”², dirigida ao público jovem, é uma produção que simula situações do cotidiano dos jovens portugueses. Como toda produção televisiva, difunde um conjunto de significados que são compreendidos de certa forma pelos telespectadores. Os estudantes de Educação Física, seres sociais que são, lidam de certa maneira com tais influências e, futuramente, terão como papel social a mediação de conhecimentos entre as referências de seus futuros alunos e o conhecimento acumulado socialmente e historicamente. Nesse processo, uma intervenção efetiva desses futuros profissionais será viabilizar que seus alunos desenvolvam reflexões acerca das influências da mídia na atualidade, assim como do lazer de massa. Para isso, é fundamental que esses estudantes tenham acesso ao debate acerca da mídia e do lazer de massa na formação profissional.

A mediação pedagógica a ser narrada é um exemplo de troca de significados entre professora e alunos no processo de formação profissional, vislumbrando que tais sujeitos desenvolvam-se pessoalmente e tenham, futuramente, uma atuação efetiva.

¹ Uma versão inicial desse texto foi apresentada no evento científico “Lazer em Debate” no ano de 2009.

² Segundo os participantes da pesquisa, trata-se de uma versão da série televisiva brasileira “Malhação”.

REFERENCIAL TEÓRICO

1. Possibilidades de compreensão dos discursos da televisão

O estudo de autores clássicos e contemporâneos dão luzes para possíveis compreensões sobre as influências da mídia. Os clássicos são sempre fonte atualizada, pensamentos elaborados em outras épocas e sociedades que explicam sobre os problemas e a condição de vida no presente. Os contemporâneos, são autores que compartilham e vivem na atualidade e buscam, nos clássicos, situar-se no mundo. As idéias de Pierre Bourdieu e John Thompson são referenciais fundamentais para a presente discussão.

Bourdieu (1997), sociólogo francês, no estudo sobre a televisão, buscou compreender as relações de poder que constituem esse campo. Para o referido autor, um campo é:

[...] um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade que exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas tendo em vista transformar ou conservar o campo de forças. Cada um, no interior desse universo, comete na sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define a sua posição no campo e, por consequência, as suas estratégias (p. 41).

Nessa linha, a televisão pode ser estudada como um campo, no qual a concorrência econômica entre os canais de televisão ou os jornais (em torno dos leitores e auditores), na busca pelas cotas de mercado, realiza-se concretamente na concorrência entre os sujeitos que participam desse meio – jornalistas; nos bastidores de elaboração da informação, na reputação profissional, sem necessariamente ser uma luta puramente econômica, mas submetida aos órgãos de imprensa que, por sua vez, firmam determinada posição na relação de força econômica e simbólica (BOURDIEU, 1997).

Essas idéias podem ser extremamente enriquecedoras em um debate sobre como a

informação difundida pela mídia é construída, destacando o “jogo” de poder, sobretudo simbólico, existente entre os sujeitos participantes de determinado campo. No texto “Os Jogos Olímpicos: programa para uma análise”, Bourdieu (1997) aponta elementos constitutivos na transmissão dos Jogos Olímpicos, remetendo o leitor aos bastidores. Os comentários feitos passam pelo papel dos atletas e sua nação, comercialização das imagens e discursos sobre os Jogos, negociações envolvendo emissoras televisivas e Comitê Olímpico Internacional (COI).

O autor afirma que há uma “transmutação simbólica” entre atletas e nação. O espetáculo televisivo transforma a competição desportiva entre atletas provenientes das diversas nações do planeta, num confronto entre campeões, entre combatentes enviados pelas diversas nações. Parece que a possibilidade de participação e de fazer o melhor possível para o bom desempenho como representantes de seus países, como muitas vezes é anunciado, é fator de menor importância, diante a demonstração de poder entre as respectivas nações, por meio dos atletas.

Bourdieu (1997) também destaca o conjunto de relações objetivas entre os agentes e as instituições envolvidas na concorrência em torno da produção e da comercialização das imagens e discursos dos Jogos. O Comitê Olímpico Internacional é convertido progressivamente em uma grande empresa comercial, dominada por dirigentes esportivos e representantes das grandes marcas industriais (Adidas, Coca-Cola etc.), controlando a venda dos direitos para a transmissão dos Jogos, dos patrocínios, das cidades onde os Jogos serão realizados, enfim, um conjunto complexo de relações sociais que estão envolvidas na transmissão dos Jogos Olímpicos.

Outra referência para os estudos da mídia são as produções do sociólogo inglês Thompson (1995). O autor afirma que o desenvolvimento das indústrias da mídia,

intensificadas, sobretudo, a partir do século XIX, são transformações que estão interrelacionadas à construção da ideologia da cultura moderna. O autor comenta que os primeiros estudiosos a discutir a questão da ideologia foram os autores da chamada “Escola de Frankfurt”³. Para eles, as idéias difundidas a respeito da arte e da literatura pela Indústria Cultural, eram transformadas em mercadorias, em formas prontas, acabadas, reproduzindo uma lógica que transformava as produções humanas como a arte, em produto, distribuído por técnicas de reprodução, sendo que, nesse processo, podia-se estudar todo um processo social.

Para Thompson (1995), o problema da concepção de ideologia de alguns autores da Escola de Frankfurt é a concepção de ideologia como um tipo de “cimento social”, como se os sujeitos, ao receberem as mensagens difundidas, se prendessem à ordem social, sendo esta sempre mais rígida e resistente às mudanças. Outro ponto de sua crítica é a ausência de evidências de que a recepção dos produtos da indústria cultural levem os sujeitos necessariamente à reprodução da realidade social. Essas críticas foram atribuídas aos estudos iniciais da Escola de Frankfurt, desenvolvidos sobretudo por Adorno e Horkheimer.

O autor parte das idéias de Pierre Bourdieu (1997) e entende ideologia como o sentido a favor da sustentação e/ou estabelecimento de poder. Elabora também um conceito de cultura, denominado “concepção estrutural”, que afirma a unidade de sentido e contexto social das formas simbólicas.

Esse conceito é importante para uma ação pedagógica em Educação Física que considere o contexto específico em que os sujeitos envolvidos fazem parte, as

³ Termo atribuído a pensadores que cunharam termos como Indústria Cultural, Cultura de Massa, primeiros estudiosos a desenvolverem críticas à ideologia das indústrias da mídia. Alguns de seus representantes são: Theodor W. Adorno, Max Horkheimer e Walter Benjamim.

informações que chamam a atenção de seus atores sociais e para a própria seleção de conteúdos a serem desenvolvidos em aula. O autor afirma que:

[...] a vida social não é, simplesmente, uma questão de objetos e fatos que ocorrem como fenômeno de um mundo natural: ela é também, uma questão de ações e expressões significativas, de manifestações verbais, símbolos, textos e artefatos de vários tipos, e de sujeitos que expressam através desses artefatos e que procuram entender a si mesmos e aos outros pela interpretação das expressões que produzem e recebem (THOMPSON, 1995, p.165).

Os modos de operação da ideologia propostos por Thompson (1995) são referências para a interpretação das informações difundidas pela mídia. O autor cita cinco modos gerais pelos quais a ideologia pode operar: “legitimação”, “dissimulação”, “unificação”, “fragmentação” e “reificação”, sendo que cada um desses modos são viabilizados por estratégias de construção simbólica. Esses modos de operação da ideologia podem contribuir para a análise do discurso da mídia em cursos de formação profissional. No QUADRO 1, são apresentados, de maneira sintética e com base nas idéias de Thompson (1995), os modos de operação da ideologia, as principais estratégias que geralmente acompanham esses modos de operação e o que se pretende com essas construções. Há ainda uma parte complementar com exemplos de como mensagens difundidas pela mídia sobre corpo e práticas corporais podem ser analisadas com base nessas categorias do autor. Essa parte complementar foi elaborada em trabalho anterior (SILVA, 2003), em que foram estudados os significados atribuídos à musculação por um grupo de frequentadores de um parque público.

Ideologia (modos de operação)	Estratégias de	Uso dessas estratégias pela mídia	corpo e práticas corporais (exemplos)
Legitimação	racionalização, universalização e narrativização	e estratégias que contribuem para que as informações sejam apresentadas como legítimas para que recebam apoio dos leitores, espectadores.	Matérias de televisivas, de jornais, revistas que trazem informações sobre os benefícios das atividades físicas para a saúde, apresentando dados com base científica para “comprovar” que a relação atividade física e saúde é legítima.
Dissimulação	deslocamento, eufemização de figuras e linguagem.	e relações de dominação de sejam sustentadas pelo ocultamento, negação ou obscurecimento, representadas de modo a serem despercebidas.	anúncios publicitários, em que há superposição das qualidades do produto com as características de atletas, modelos e certos padrões corporais de beleza.
Unificação	padronização da simbolização e unidade	e construções simbólicas que possuem um sentido de identidade coletiva. São geralmente utilizadas para estabelecer uma linguagem nacional ou símbolos nacionais: hinos, bandeiras, emblemas etc.	O uso do futebol em época de Copa do Mundo para envolver o consumidor em sorteios, promoções, propagandas.
Fragmentação	diferenciação e expurgo do outro	e relações de poder podem ser mantidas segmentando indivíduos que possam ser um desafio real aos grupos dominantes.	a proliferação de imagens de corpos belos associadas ao atleta, à juventude, por exemplo. Aqueles que não se enquadram nesses modelos são orientados ao consumo de produtos diversos e à realização de práticas corporais para atingirem tal fim.
Reificação	naturalização e eternalização	e relações de dominação podem ser estabelecidas e sustentadas pela retratação de uma situação transitória, histórica, como se a situação fosse natural, permanente.	A idéia de que o envelhecimento precisa ser combatido, por meio das intervenções corporais, como se os sujeitos não tivessem uma história de vida que é marcada no próprio corpo.

Quadro 1 - Categorias para análise das influências da mídia

Com as transformações ocorridas nas indústrias da mídia a partir do século XIX, a televisão destaca-se por algumas características identificadas Thompson (1998). Primeiramente, o autor afirma que “na idade da televisão, a visibilidade no estreito sentido de visão – a capacidade de ser visto com os olhos – é levada a um novo nível do significado histórico” (p.117). Segundo o autor, é incomparável a publicidade e

visibilidade que a televisão propicia hoje, diante da publicidade dos eventos ou acontecimentos que podiam ser vistos somente em co-presença. Com o advento da televisão a visibilidade é muito mais abrangente. Uma ação ou evento pode cruzar continentes, ser assistido por imenso número de pessoas no mundo todo, sem que as mesmas estejam co-presentes ao fato.

A segunda observação feita pelo autor é sobre o campo de visão criado pela televisão que é completamente diferente do campo de visão dos sujeitos em seus contatos diários (THOMPSON, 1998). Esse fator parece complementar ao anterior. As formas simbólicas transmitidas atingem diferentes sociedades, sendo que os sujeitos recebem as informações sem participar de sua produção que envolve uma construção de seleção de conteúdo, cena, ângulo etc.

A terceira e última observação do autor é referente à “direcionalidade” da visão, há uma relação de visibilidade e invisibilidade entre produtores e receptores (THOMPSON, 1998).

Essas características da publicidade mediada pela televisão vão ao encontro das idéias apresentadas por Mauro Betti, professor de Educação Física brasileiro. Em Betti (1998), o autor propôs-se a interpretar o esporte televisionado, partindo do referencial teórico-metodológico da fenomenologia hermenêutica de Paul Ricouer para analisar e reconstruir o discurso televisivo sobre o esporte. Para o autor, a televisão e, em particular a imagem caracteriza-se por: [...] uma “estrutura” diferente da linguagem oral e escrita, um modo de recepção e “leitura” diferente – a imagem apresenta-se de maneira evidente e total, fala direto ao emocional, dificulta a reflexão crítica etc.” (BETTI, 1998, p.60).

Embora o autor reconheça que as características da televisão diferem de outros meios técnicos, propõe que seja lida como um texto, composto por imagem e linguagem a ser interpretada. O conteúdo transmitido é construído a partir de certa estrutura de significados, há definição do que foi selecionado, uma interpretação já realizada dos eventos. A televisão “[...] interpreta os eventos para nós, fornece uma estrutura de significados na qual o evento faz sentido” (BETTI, 1998, p.61).

Na análise que o mesmo autor realizou do discurso esportivo pela televisão, identificou elementos que possibilitam leituras por parte de professores e alunos nos cursos de formação profissional em Educação Física, dentre elas, faço destaque para “o anúncio publicitário” e a “falação”.

No “anúncio publicitário” há relação entre esporte e venda de produtos (desde pneus a canos PVC). Essa associação esporte-produto pode enviar uma mensagem em que está implícito o corpo como objeto de desejo:

No anúncio do desodorante, a raquete de tênis transforma-se em garrafa de champanhe ‘para esportes noturnos’. A bola é a ‘gostosa’, de ‘medidas perfeitas’, ‘redondinhas’, vai anunciando a voz em off, enquanto a bola vai se inflando aos poucos, até quicar várias vezes, ‘alegrinha’. A bola é fêmea, é objeto de desejo (BETTI, 1998, p.80).

O autor também identifica a associação entre qualidade dos produtos e característica do esporte:

Um grande atleta fala da energia proporcionada pela vitamina C, o piloto de corridas recomenda a velocidade e a tecnologia do banco, os campeões de natação associam força, velocidade e superação de desafios aos serviços dos correios (BETTI, 1998, p.80).

A “falação”, outra categoria destacada para a análise do esporte televisivo, trata-se de um tipo de informação sobretudo que envolve o esporte (informa e atualiza; promete; critica; discute temas como violência e dinheiro; introduz determinados termos

de linguagem tecnológica e científica ao grande público). Pela falação televisiva sabe-se quem ganhou, quem perdeu; sobretudo da vida particular dos atletas; quem é o ídolo, quem é o gênio; faz promessas, de emoções, vitórias, gols.

2. Lazer de massa e Educação

O lazer é uma manifestação cultural fortemente influenciada pela mídia na atualidade. Dumazedier (1980) apresenta reflexões sobre essa questão. O autor se refere ao termo “lazer de massa”, como sendo conteúdos culturais difundido pelos meios de informação.

O mesmo autor identifica um duplo problema do desenvolvimento cultural de uma sociedade que atingiu o estágio de produção, de consumo e de lazer de massa. Primeiramente, o questionamento é se essa sociedade conseguirá equilibrar, na vida cotidiana da população, os valores de compromisso profissional, social, espiritual ou político, e os valores do conforto ou do lazer para que essas massas possam ser, cada vez mais, associadas na elaboração de seu próprio destino e, o segundo questionamento, é com relação à oferta de divertimentos obsedantes, fáceis ou vulgares – isso não inibiria, a longo prazo, as mais nobres aspirações, que poderiam associar-se às atividades livres das massas?

Dumazedier (1980) explicita o conteúdo da cultura produzida pelos meios de informação, dirigida à um amplo público, trata-se da utilização de duas grandes correntes da cultura: a cultura erudita simplificada e a cultura popular promovida, segundo o autor, “[...] ambas degradadas, notadamente pela televisão privada, pela lei da publicidade comercial, que procura o maior número de clientes, a quem vender o maior número possível de produtos” (p.86).

Para que a população urbana tenha assegurado o equilíbrio, de um lado, entre os valores do repouso, da diversão, do aperfeiçoamento das capacidades e dos conhecimentos; do outro, entre os valores do lazer e os valores do trabalho, ou os compromissos familiares, sociais e cívicos é fundamental que se tenha uma política de desenvolvimento cultural. Nesses termos o autor enfatiza a necessidade de um programa sócio-cultural voltado aos cinco conteúdos culturais do lazer: práticos, sociais, artísticos, físicos, intelectuais.

Com base nas idéias de Joffre Dumazedier (1980), Marcellino (1987, p.58-9) apresenta duas contestações:

[...] a primeira, que o lazer é um veículo privilegiado de educação; e a segunda, que para a prática positiva das atividades de lazer é necessário o aprendizado, o estímulo, a iniciação, que possibilitem a passagem de níveis menos elaborados, simples, para níveis mais elaborados, complexos, com o enriquecimento do espírito crítico, na prática ou na observação. Verifica-se, assim, um duplo processo educativo – o lazer como veículo e como objeto de educação.

O autor afirma, ainda, que é cada vez mais necessária a consideração do lazer como objeto de educação – a educação para o lazer em uma sociedade orientada pela cultura de consumo. As produções da mídia, por exemplo, são produtos voltados ao consumo do grande público. Se, por um lado, viabilizam o acesso da população ao lazer, minimizando os efeitos de uma sociedade dividida em classes, por outro, o conteúdo difundido é pobre nos vários gêneros culturais, notadamente naqueles mais consumidos como é o caso dos filmes feitos para a televisão, das telenovelas, da música “pop” e dos “best-sellers” (MARCELLINO, 1987). Uma educação para o lazer consiste em um

aprendizado para o uso do “tempo livre”⁴. Essa seria, portanto, um dos objetivos da escola, de uma formação dos sujeitos para o usufruto dos momentos de lazer.

Nesse sentido, é fundamental que os profissionais que atuarão futuramente como professores tenham preparação para realizar mediações pedagógicas junto a seus alunos, no sentido da educação para o lazer a que se refere Marcellino (1987). Tais profissionais, ao terem acesso na formação profissional ao conhecimento sistematizado e às reflexões sobre os produtos que circulam na cultura do consumo, poderão tanto usufruir de maneira autônoma e crítica do lazer como terem uma atuação profissional futura efetiva, mediando sentidos e significados atribuídos às influências que circulam na atualidade como os produtos difundidos pela mídia. É com esse intuito que foi realizada uma pesquisa junto a estudantes portugueses de Educação Física com a finalidade de viabilizar a esses sujeitos o acesso ao conhecimento sistematizado para a compreensão de uma produção de entretenimento voltada ao público jovem, transmitida pela televisão portuguesa.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para narrar como se deu a experiência pedagógica junto aos estudantes portugueses de Educação Física, será feita uma descrição e análise do processo de encontro e confronto de conhecimentos entre professora/pesquisadora e alunos acerca da série televisiva “Morangos com açúcar”.

Para a realização da pesquisa foi obtido o consentimento dos sujeitos e aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Estadual de Campinas.

⁴ O autor considera que nenhum tempo é totalmente livre, uma vez que somos orientados por códigos culturais, por isso, ele prefere a utilização do termo “tempo disponível”.

O grupo participante foi composto inicialmente por dois estudantes voluntários ingressantes no curso de Ciências do Desporto da Faculdade de Motricidade Humana (FMH) de Lisboa, Portugal, no ano de 2007: *Majô* e *Fran*⁵. O contato com esses estudantes foi via a disciplina Antropologia e História do Corpo (AHC). A estratégia utilizada na pesquisa foi realizar junto a esses dois alunos um debate acerca do tema “Educação Física e Mídia” e preparar algo para ser apresentado e discutido junto aos demais alunos da disciplina AHC ao final do semestre letivo.

A experiência pedagógica foi fundamentada em referencial sociocultural, com o intuito de viabilizar aos estudantes o acesso ao conhecimento sistematizado para que pudessem produzir novos e múltiplos significados ao tema em questão. As aulas foram realizadas no decorrer do segundo semestre de 2007.

A DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA PEDAGÓGICA

O contato inicial com os estudantes em Portugal foi feito via a disciplina “Antropologia e História do Corpo” (AHC) do curso de Ciências do Desporto da Faculdade de Motricidade Humana da Universidade Técnica de Lisboa. O combinado com a professora responsável pela disciplina foi convidar a turma para a participação na pesquisa, mais precisamente, para participação em aulas que aconteceriam em paralelo à disciplina AHC, com a finalidade de discutir o tema “Educação Física e mídia”. Ao final do semestre, apresentaríamos à turma as reflexões desenvolvidas nas aulas compartilhadas na pesquisa e ampliaríamos a discussão a partir do diálogo com o grupo maior de alunos.

⁵ Os participantes da pesquisa serão identificados pela primeira sílaba de seus nomes, uma maneira encontrada para manter em sigilo sua identificação.

Com o convite feito à turma, dois alunos se dispuseram a participar da experiência pedagógica, sendo que somente um acompanhou as aulas durante todo o semestre, em um total de nove aulas. No início do trabalho, os estudantes mencionaram a série televisiva “Morangos com açúcar”, uma produção voltada ao público juvenil. A sugestão foi avaliada como uma estratégia para o debate junto a turma de AHC, supondo que essa produção do lazer de massa é parte da experiência prévia dos estudantes. Considerou-se, portanto, como uma oportunidade para a construção de conhecimentos e revisão de valores e sentidos.

Os voluntários da pesquisa são: *Majô* e *Fran*⁶. *Majô* participou somente das primeiras aulas, ficando impossibilitada de continuar por motivo de trabalho. *Majô* é uma estudante mais velha (36 anos), já tinha iniciado o curso de Ciências do Desporto há 17 anos e precisou interrompê-lo por precisar morar em outro país temporariamente. Atualmente, tem uma filha, é casada. *Fran* tem 19 anos, é a primeira vez que ingressa no curso de Ciências do Desporto, o estudante é solteiro e não trabalha.

Para a descrição da experiência pedagógica relatarei como transcorreu a experiência pedagógica junto aos estudantes *Majô* e *Fran* e a aula junto a turma de AHC.

1. O trabalho junto ao grupo de voluntários para a pesquisa

No primeiro contato com *Majô* e *Fran*, comentei sobre como a pesquisa seria realizada, qual sua finalidade e sobre o compromisso de organizarmos algo para ser apresentado à turma de AHC. *Majô* questionou o porquê de trabalhar o tema das influências da mídia junto aos estudantes ingressantes no curso de Ciências do

⁶ Os participantes da pesquisa serão identificados pela primeira sílaba de seus nomes, uma maneira encontrada para manter em sigilo sua identificação.

Desporto. Para ela, se o tema fosse trabalhado mais adiante no curso, os alunos teriam referências para o debate acerca dessa questão – para a aluna o fato de serem ingressantes no curso poderia dificultar o trabalho de mediação de sentidos. *Fran*, na busca por uma solução para a observação de Majô, sugeriu que esse tema fosse debatido a partir de alguma referência que tivesse relação com a experiência dos estudantes e deu como exemplo a série televisiva “Morangos com açúcar”⁷ e os *play stations*⁸. Exemplos de referências que são familiares aos estudantes e que poderiam ser um ponto de partida para nossas discussões.

Pedi para que comentassem mais sobre a série televisiva. Eles explicaram que se tratava de uma produção que enfoca situações do dia-a-dia do jovem como ir à praia, sair à noite, namorar, ir à escola, praticar esportes. Segundo eles, haveria uma identificação por parte dos estudantes de Educação Física ingressantes com essa programação, uma vez que se trata de situações que são também vividas por esses sujeitos.

A partir disso, foi proposto aos dois participantes o exercício de problematização da série televisiva, com finalidade de realizarmos conjuntamente uma leitura qualificada desse tipo de programa e organizarmos uma discussão que seria compartilhada junto a turma de AHC. Para isso, centramo-nos nas idéias de Magnani (2005), Pais (2000) e de Bourdieu (1997).

Em Magnani (2005) tivemos pistas para a compreensão do comportamento de jovens nos grandes centros urbanos. O texto trata de uma etnografia que apresenta os diferentes espaços urbanos utilizados pelos grupos jovens para a troca simbólica. O

⁷ Transmitida em Portugal pela TVI. O estudante *Fran* afirma que essa série é uma versão portuguesa da série brasileira “Malhação”, desconheço esse fato.

⁸ Trata-se de uma marca de *videogame*.

autor opta pelo termo “circuitos de jovens” em vez da ênfase na condição de jovens. Ressaltei aos alunos que essa discussão poderia contribuir para a elaboração de argumentos na compreensão das manifestações juvenis como diferentes modos de expressão na contemporaneidade. Essas referências seriam, portanto, contrapontos aos discursos da mídia ao se referir aos grupos de jovens de maneira estigmatizante e generalizante.

No texto de Pais (2000), o autor apresenta paradoxos que atravessam o universo de adolescentes e jovens portugueses, sendo os mais abundantes os que se referem ao sistema de ensino. O ponto por nós debatido foi com relação aos jogos virtuais como realização das aspirações profundas dos jovens, dificilmente concretizáveis na realidade, já que o mundo da escola parece-lhe aleatório, o futuro indefinido, a vida real cheia de incertezas. Nesse sentido, o autor compreende que os jovens exercitam em tais jogos um “poder performativo”. O estudante *Fran* identificou relações entre essa idéia apresentada pelo autor e a série televisiva “Morangos com Açúcar”, o estudante afirma que a série simula situações do dia-a-dia dos jovens e eles, por sua vez, identificam, reconhecem nos quadros apresentados problemas vividos, aspirações, desejos.

Nessa aproximação feita por *Fran*, a construção presente é de que a série simula situações do dia-a-dia dos jovens, apresentando quadros que enfocam problemas vivenciados por esses sujeitos e indicam soluções para a superação desses problemas.

O terceiro texto por nós trabalhado foi de Bourdieu (1997). O propósito era de identificarmos o que é o discurso televisivo, como subsídio para nossas reflexões acerca da série televisiva “Morangos com açúcar”. As noções discutidas por nós foram “poder simbólico”, “comunicação instantânea” e o problema dos “*fast-thinkers*”. O debate deu-se da seguinte maneira: eu disse a *Fran* que as informações difundidas pela televisão

não são neutras, nelas há a construção de certa intencionalidade, significados atribuídos aos conteúdos difundidos, por isso, o termo “poder simbólico”. Pierre Bourdieu explicita essas noções tendo como base os programas jornalísticos, a maneira como se dá a comunicação, segundo ele, uma falsa comunicação, porque o telespectador não participa de sua produção, daí o termo usado por Bourdieu (1997), “comunicação instantânea”.

Segui no comentário, dizendo que esse modo de difusão possui um tipo de elaboração da informação que não exige muito esforço de compreensão por parte do telespectador. As informações são produzidas de maneira a confirmar os fatos, a trazer o dado, o ocorrido como “pronto”, finalizado, por isso o autor comenta sobre o problema da acomodação por parte do telespectador, gerando “*fast-thinkers*”, sujeitos que aceitam mais facilmente o que lhes é transmitido pela televisão.

Fran acompanhou a leitura e minhas observações, como concordando com as idéias apresentadas. Fez também comentários, como procurando correlacionar essas noções com as situações de ensino em Portugal, localizando o problema no fato dos professores serem aqueles que “dão” a matéria e os alunos os que a “recebem”. Não havendo muitos questionamentos diante do que o professor diz, se o que dizem “tem a ver conosco”, comentou *Fran*. Como fazendo uma comparação com a série televisiva “Morangos com açúcar” e os supostos “*fast-thinkers*” – os sujeitos que assistem a série.

Com base nessa fundamentação teórica (Magnani, 2005, Pais, 2000 e Bourdieu, 1997) preparamos uma apresentação para a turma de AHC. No sentido de compartilhar os conceitos estudados e de propor uma reflexão sobre a série televisiva “Morangos com açúcar”, considerando a atuação futura dos estudantes de Educação Física como

mediadores de conhecimentos nos diferentes espaços (escola, clubes, academias de ginástica etc.).

2. A aula junto a turma AHC

A aula teve início com uma apresentação geral do trabalho realizado junto ao grupo de voluntários para a pesquisa, a quantidade de aulas que compartilhamos, a seleção de uma série televisiva para ser trabalhada nas aulas e, em seguida, foram feitas perguntas à turma:

1. Qual a relação do programa com o que tem sido discutido na Disciplina Antropologia e História do Corpo?

2. Qual o tipo de relação desse tipo de programa com a ação pedagógica do professor de Educação Física?

A turma acompanhou o início de nossa apresentação com atenção e dois alunos manifestaram-se. Um aluno pontuou o fato do programa ter correspondência com a vida dos jovens portugueses e, o outro, afirmou que não, que tinha um sentido de mostrar as aspirações, expectativas dos jovens portugueses, mas não era a vida deles em si, era uma “fantasia”, algo que não era real.

Depois, fomos para a outra parte do planejado, apresentar o que tínhamos discutido, os conceitos trabalhados, com base nos textos debatidos nas aulas junto ao grupo de voluntários para a pesquisa, tínhamos preparados algumas telas para destacar esses pontos. *Fran* assumiu a fala. Foi contando sobre o que tínhamos discutido e fez questão de ressaltar a irrealidade do programa por meio de um exemplo, dizendo algo

próximo a: quando aparece um jovem que participa de alguma competição no esporte, esse sempre ganha, tem um bom rendimento, atende ao que lhe é proposto e isso não acontece na vida real, com os futuros alunos, nem todos terão o mesmo rendimento, não conseguirão ter o mesmo desempenho e atingir ao que seria esperado, porque “têm características motoras diferenciadas”.

A turma ouviu atentamente e, ao final, antes de terminar, retomei a pergunta sobre o papel dos futuros professores diante das influências da mídia: uma das respostas, da mesma pessoa que disse sobre a irreabilidade do programa, afirmou que seria importante os alunos selecionarem o que assistem da mídia, que isso não quer dizer que tudo o que é visto não é bom, mas saber selecionar. Eu completei, dizendo: “filtrar, não é?, as influências da mídia”, em uma atitude de concordância com ela; seguindo o raciocínio da aluna, afirmei que essa ação é construída, é aprendida.

Em seguida, enfatizei o papel do professor de Educação Física de mediador dos discursos da mídia, de modo a viabilizar que seus alunos compreendam tais discursos como uma construção a ser debatida, refletida, compreendida, ressignificada.

ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA PEDAGÓGICA

No trabalho junto ao grupo de voluntários da pesquisa foram desenvolvidas reflexões a partir de um conteúdo do lazer de massa, a série televisiva “Morangos com açúcar”. Os estudantes tiveram acesso às noções como circuitos de jovens, poder performativo dos jogos virtuais, discurso televisivo, de maneira que pudessem rever suas referências prévias com relação à série televisiva, em uma “leitura” qualificada desse conteúdo do lazer de massa.

Os estudantes identificaram que a série simula situações do cotidiano da vida juvenil e contribui para a acomodação dos sujeitos, favorecendo às “idéias-prontas”, sem provocar nos sujeitos questionamentos dos fatos transmitidos.

A mediação de sentidos na aula junto a turma de AHC viabilizou ampliar essas noções debatidas junto ao grupo de voluntários. Os estudantes compreenderam a série televisiva como sendo uma “fantasia” da realidade, querendo dizer que a série enfoca elementos da vida dos jovens portugueses, no entanto, em um discurso homogeneizante, ausente da complexidade que é inerente à realidade de vida, como o lidar com as diferenças entre os sujeitos.

Os estudantes reconhecem que é parte do papel do professor de Educação Física viabilizar aos seus alunos o acesso ao conhecimento para que possam selecionar os conteúdos da mídia e realizar uma leitura qualificada dos significados difundidos.

Com base nas duas situações de mediação de sentidos junto aos estudantes de Educação Física portugueses pode-se afirmar que há correspondência com as idéias de Marcellino (1987) acerca da relação lazer e educação. A intervenção pedagógica com o propósito de uma leitura qualificada dos conteúdos culturais do lazer, nesse caso, da série televisiva “Morangos com açúcar”, viabilizou a produção de conhecimentos, ampliando, a compreensão dos estudantes acerca das manifestações juvenis e do discurso televisivo. Esse é um exercício que contribui para o desenvolvimento pessoal dos sujeitos, gerando implicações para seu agir profissional futuro, de modo que os sujeitos possam ter uma atuação futura, de fato, efetiva.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência pedagógica realizada centrou-se em um conteúdo do lazer de massa para a mediação de sentidos em duas situações de ensino distintas junto a estudantes de Educação Física portugueses. Esse foi um exercício de reflexão mediado pelo encontro e confronto de conhecimento entre professora e alunos.

A mediação de sentidos realizada junto aos estudantes de Educação Física portugueses viabilizou uma leitura qualificada da série televisiva “Morangos com açúcar”, transformando um programa de entretenimento em conhecimento para os sujeitos em processo de formação profissional, contribuindo para o desenvolvimento pessoal dos mesmos.

Espera-se que esse trabalho seja um exemplo para outros trabalhos a serem desenvolvidos junto a estudantes brasileiros de Educação Física, que tenha como intuito o desenvolvimento pessoal dos sujeitos em processo de formação profissional para que, futuramente, esses sujeitos tenham uma atuação efetiva no lidar com as referências prévias de seus alunos e com os significados difundidos pela mídia.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. 3. ed. Oeiras: Celta Editora, 1997.

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

DUMAZEDIER, J. **Valores e conteúdos culturais do lazer**. São Paulo: SESC, 1980.

MAGNANI, J. G. Os circuitos dos jovens urbanos. **Tempo Social**, São Paulo, v.17, n.2., 2005. Disponível em:< <http://www.scielo.br>>. Acesso em: 29 jan. 2008.

MARCELLINO, N.C. **Lazer e educação**. Campinas: Papyrus, 1987.

MORANGOS com açúcar. Autoria: Casa da Criação. Produção: NBP. Transmissão: Portugal, Romênia e Síria: TVI, desde 2003. Série de televisão.

PAIS, J. M. **Comportamentos dos adolescentes de hoje**: resultados de alguns estudos. Porto: ASA Editores II, S.A., 2000. p.49-73.

SILVA, C. L. da. **A “mediação” das práticas corporais**: significados da musculação para freqüentadores de um parque público. 2003. 161f. Dissertação (Mestrado em Educação Física)- Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

_____. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

Endereço da Autora:

Cinthia Lopes da Silva
Av. Júlio de Mesquita, 590, apartamento 92
Cambuí – Campinas – São Paulo
CEP: 13025-907
Endereço Eletrônico: cinthiasilva@uol.com.br