

BICICLETA, LAZER E MOBILIDADE URBANA: UMA EXPERIÊNCIA EM MÍDIA-EDUCAÇÃO

Recebido em: 03/05/2011

Aceito em: 05/12/2011

*Rodrigo Duarte Ferrari*¹

*Giovani De Lorenzi Pires*²

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Florianópolis – SC – Brasil

RESUMO: Esse texto relata um processo produtivo de mídia-educação, que resultou na realização de um vídeo, desenvolvido no campo da Educação Física. Seu objetivo foi provocar uma reflexão sobre o uso da bicicleta como alternativa de lazer e mobilidade urbana, a partir de uma perspectiva social crítica, com base na Mídia-Educação e na Antropologia Visual. O texto descreve, fundamenta e analisa a produção do material didático, sistematizando um conjunto de reflexões teórico-metodológicas que podem servir de suporte para intervenções pedagógicas que pensem as possibilidades da bicicleta como lazer e opção modal.

PALAVRAS CHAVES: Mídia Audiovisual. Atividades de Lazer. Meios de Comunicação.

BICYCLE, LEISURE AND URBAN MOBILITY: AN EXPERIENCE IN A MEDIA LITERACY

ABSTRACT: This text reports an experience about a producing process in Media Literacy, which results in a video that was developed in the health education field. The aim of this work is to promote cycling as leisure and urban mobility in a critical social perspective, Media Literacy and Visual Anthropology. The text describe, present a theoretical base and analyze the production of a didactical object with intent to organize some theoretic and methodological thoughts that's main support pedagogical processes to think the bicycle as possibility of leisure and modal choice.

KEYWORDS: Leisure Activities. Communications Media. Vídeo-Audio Media.

¹ Mestrando do Programa de Pós-graduação em Educação (PPGEF/UFSC), área de concentração Teoria e Prática Pedagógica (TPP) e integrante do Laboratório e grupo de estudos *LaboMídia/UFSC*.

² Professor da graduação e Programa de Pós-graduação em Educação (PPGEF/UFSC) e coordenador do Laboratório e grupo de estudos *LaboMídia/UFSC*.

1. Introdução

A dimensão física estrutural, como construção de ciclovias, é hegemônica nos círculos reflexivos e propostas de ações para transformar a atual forma como as pessoas se deslocam e ocupam os espaços públicos das cidades brasileiras, seja no tempo livre ou em seus deslocamentos diários, sendo o texto base do projeto Bicicleta Brasil: Avanços e Desafios³, uma forte demonstração dessa realidade. A importância dessa abordagem é inquestionável: sem infraestrutura não há argumento eficiente para a promoção do uso da bicicleta como lazer e opção modal para uma parcela significativa da sociedade. Contudo, recorreremos à história, que nos ensina que transformações técnicas ou tecnológicas não são suficientes para transformar uma cultura, que segundo Geertz (1978), pertence à rede de significados que define um determinado modo de viver.

Segundo a Organização Internacional dos Fabricantes de Veículos Motorizados (<http://www.oica.net/>), a indústria automobilística cresceu 30% na década de 1995 a 2005. Isso representa 60 milhões de empregos diretos em todo mundo, além da contribuição com outras indústrias, como a do aço, vidros, plásticos, computadores, etc. Em meio a esse grande motor da economia, que movimenta mundialmente quase dois trilhões de Euros, as grandes cidades de nosso planeta se transformaram em locais habitados por automóveis, onde o espaço público (cidade) está submetido ao privado (automóvel), fato que asfixia o potencial da cidade como espaço legítimo de convivência e a transforma num simples trajeto que separa a origem do destino dos cidadãos que se deslocam pelas cidades diariamente.

Esse impacto econômico aliado aos interesses político e a crescente transformação do espaço público em infraestrutura para veículos motorizados, torna o debate e a criação de políticas públicas relativas ao lazer, planejamento e a mobilidade urbana, uma temática desafiadora, complexa e contraditória, quando se propõe possibilidades de mudança da matriz modal motorizada para uma não motorizada, ou no mínimo menos motorizada.

Recentemente, devido à crise econômica de 2008-2009, o governo brasileiro decidiu baixar

³ <http://www.cidades.gov.br/secretarias-nacionais/transporte-e-mobilidade/projeto-201cbicicleta-brasil-avancos-e-desafios201d> - SEMOB - Secretaria Nacional de Transporte e da Mobilidade Urbana, (2009).

o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) dos veículos motorizados; com isso, em março de 2010, a indústria automobilística nacional superou o *record* de vendas anterior, com mais 354 mil unidades vendidas⁴. Enquanto se comemora o aquecimento da economia, esquecemos que: não existe espaço suficiente para acomodar essa utilização e consumo de automotores; esse crescimento econômico e a consequente quantidade de carros nas cidades inevitavelmente vai gerar um colapso nos sistemas viários das grandes cidades brasileiras; o custo para manter e ampliar a infraestrutura modal para esses veículos motorizados não é a melhor opção de investimento público se comparadas com as alternativas de transporte coletivo e utilização de veículos não-motorizados; o automóvel pode ser substituído por transportes coletivos e veículos não-motorizados em muitos casos; o automóvel é a alternativa mais impactante que existe, mesmo que ele seja movido à base de combustíveis não poluentes; e finalmente, o carro é uma necessidade, mas cabe a reflexão sobre a construção histórica dessa necessidade e o consequente questionamento da mesma, com base na convicção de que existem alternativas para modificar as complexas relações que tornam os indivíduos e a sociedade dependente dos automotores. Sobretudo quando esquecemos que

O ser humano se move com eficácia sem ajuda de nenhum implemento. Caminhando, cria sua rota. A locomoção de cada grama de seu corpo ou de sua carga, sobre cada quilômetro percorrido em dez minutos, lhe consome 0,75 caloria. Comparando-o a uma máquina termodinâmica, o ser humano é mais rentável que qualquer veículo motorizado, que consome pelo menos quatro vezes mais calorias no mesmo trajeto. Além disso, é mais eficiente que todos os animais de peso parecido (LUDD, p. 63, 2005).

Com base na compreensão da problemática de que a dependência dos automóveis no Brasil é um aspecto cultural, ou seja, está relacionado com uma teia complexa de significados, propomos a produção do vídeo intitulado “PORQUEQUECHAVERAMELALÍ⁵?”, objetivando ampliar o diálogo sobre o tema, principalmente com a comunidade acadêmica da Educação Física do Centro de Desportos (CDS) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). O mesmo foi produzido

⁴ Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (FENABRAVE) - <http://www.fenabrave.com.br/principal/home/>.

⁵ O título do filme surgiu a partir da pergunta de uma das pessoas entrevistadas: Porque que “chavearam” ela (bicicleta) alí? Optamos por escrever a pergunta sem espaços para fazer referencia ao sotaque “manezinho” das pessoas que nasceram em Florianópolis.

como trabalho final da disciplina Mídia e Educação Física, cursada no trimestre 2008/3 do Programa de Pós-Graduação em Educação Física (PPGEF/UFSC) e já serviu como conteúdo para outras intervenções em disciplinas, assim como em oficinas de produção audiovisual propostas anualmente pelo LaboMídia - Laboratório e Observatório da Mídia Esportiva⁶. De acordo com uma das linhas de pesquisa desse grupo, estudos dos meios e processos midiáticos, assim como a apropriação do conteúdo desenvolvido durante a disciplina, esse vídeo foi construído a partir da dimensão produtiva da Mídia-Educação, conceito melhor desenvolvido no item caminhos teórico-metodológicos desse texto.

Esse trabalho também está vinculado com o Projeto CicloPoiesis⁷ (FERRARI, 2007), ação organizada desde 2004 que objetiva promover o uso da bicicleta como lazer e meio de transporte por meio de ciclovias e a divulgação dessas experiências na internet, principalmente utilizando a linguagem audiovisual e os princípios da Mídia-Educação. Essa estratégia de intervenção está associada às transformações e possibilidades advindas dos avanços na área da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), especialmente sobre as oportunidades atuais de qualquer cidadão com acesso a internet se tornar um comunicador. Silveira (2008) reflete sobre essas novas possibilidades democráticas na área da comunicação, evidenciando o contraste entre o *mass media*⁸ e esse novo meio de interações comunicativas consolidado.

No cenário dominado pelo *mass media*, o capital controla o lado da emissão e os canais de transmissão. No cenário digital, da forma como a internet foi estruturada, o capital controla a infraestrutura de conexão, mas não controla os fluxos de informação, nem consegue determinar as audiências. (p. 34)

Aproveitamos essa brecha de atuação social e política, e nos apropriamos do conhecimento técnico e conceitual necessários para produzir e veicular o vídeo, “PORQUEQUECHAVERAMELALÍ”, na internet. Partimos do princípio de que esse material se

⁶ Disponível em: http://www.labomidia.ufsc.br/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=132

⁷ Disponível em: <http://cicloviam.org/2010/index.php>.

⁸ *Mass Media* é um termo que pode ser traduzido por Meio de Comunicação de Massas, em que as informações são produzidas e veiculadas por um emissor para um conjunto não plenamente identificável de receptores.

torne capaz de provocar reflexões sobre as questões simbólicas e culturais que permeiam o tema da mobilidade urbana, principalmente no campo de atuação pedagógica da educação física. Para fundamentar esse empreendimento, tecemos nossas ideias a partir dos fundamentos teórico-metodológicos da Mídia-Educação e Antropologia Visual: a) na compreensão de mídia-educação: educar com, sobre e através dos meios de (PIRES, 2002; OROFINO, 2005; FANTIN, 2006, MENDES, 2008 e BIANCHI, 2009); b) na utilização da linguagem audiovisual no campo da antropologia visual, como caminho para produzir e socializar conhecimentos científicos (HENLEY, 1995). Esses dois campos teórico-metodológicos se misturam nesse texto em sintonia com a problematização do uso da bicicleta como lazer e opção de mobilidade urbana, procurando apresentar possibilidades de transformar a rede de significados⁹ tecidos durante o século XX e XXI. Dessa forma questionamos, quais são os elementos da experiência de produção e veiculação desse vídeo na internet que podem contribuir com o campo de conhecimento da Educação Física, no que tange a promoção do uso da bicicleta como opção de lazer e transporte?

Nesse terreno repleto de contradições e desafios, relatamos nossa experiência de produção midiática, partindo do princípio de que existe uma brecha de atuação crítica e pedagógica sem precedentes na recente história da Mídia-Educação, através do que já se configura no “mundo digital” e das possibilidades anunciadas para um futuro próximo. Portanto, nossos objetivos foram divididos com base nas três dimensões da Mídia-Educação: a) Educar com a Mídia: produzir material didático sobre o uso da bicicleta como lazer e transporte para ser utilizado, principalmente por professores de Educação Física no ensino formal e informal; b) Educar para a mídia: questionar a rede de significados tecidos pela indústria automobilística, evidenciando a dependência e as conseqüências de um modelo de mobilidade urbana individualista e insustentável; c) Educar através da Mídia: descrever e refletir sobre o processo de produção do vídeo “PORQUEQUECHAVERAMELALÍ”.

⁹ Para Geertz (1978) a cultura é constituída por uma rede de significados. É essa concepção de cultura que utilizamos nesse estudo.

2. Caminhos teórico-metodológicos:

2.1. Mídia-Educação

Conforme expomos brevemente na introdução desse trabalho, compreendemos que o processo formativo em mídia-educação deva ocorrer em três dimensões, que de acordo com Fantin (2006) são: a) educação com os meios, isto é, uma abordagem instrumental caracterizado pela opção didática de se valer de recursos como computadores, televisão, cinema ou outros meios para o processo de ensino aprendizagem; b) educação sobre os meios ou para as mídias, perspectiva que objetiva, sobretudo, a formação de sujeitos capazes de refletirem e atuarem na sociedade “através de uma leitura crítica ideológica das ciências sociais” (FANTIN, p. 86, 2006); e c) educação através dos meios, que prioriza o processo de produção midiática experimentada pelos educandos e educadores, enquanto processo coletivo de aprendizagem das linguagens dos meios de comunicação, de forma crítica e criativa. Essa última foi à dimensão mais explorada nessa pesquisa, como laboratório experimental para subsidiar futuras práticas pedagógicas através dessa abordagem, em que:

[...] a mídia-educação é entendida no sentido de fazer **educação através dos meios ou dentro das mídias**, envolvendo também a área de formação profissional. Fazer mídia-educação nesta perspectiva significa utilizar as mídias como linguagem, como forma de expressão e produção, pois assim como não se aprende a ler sem aprender a escrever, não se faz mídia educação só com leitura crítica e uso instrumental das mídias, sendo necessário aprender a “escrever” com as linguagens das mídias (FANTIN, 2006, p. 86).

Dessa forma, compreendemos que a dimensão produtiva da mídia-educação em meio à revolução digital é uma poderosa estratégia pedagógica. Vídeo e internet fazem parte do mundo vivido das crianças e jovens do mundo inteiro, os professores e cidadãos que não se inserirem nesse contexto vão estar cada vez mais distantes da realidade de seus alunos. A internet e a linguagem audiovisual devem ser consideradas como importantes estratégias educativas e de transformação social, pois as mesmas já se configuram como extensão dos espaços legítimos de convivência no Brasil e em todo mundo. Rivoltella (2008) nos oferece uma excelente reflexão sobre o tema:

“A elaboração do conhecimento não depende apenas de ler os fatos e produzir conceitos, mas também de habilidades específicas e necessárias para expressar-se. Quando participamos de uma tempestade de ideias via *chat*, discutindo a elaboração de um projeto, o fato de não dominarmos o uso do teclado do computador ou de não administrar apropriadamente o ambiente tecnológico que estamos usando (sinais, botões, processos) é como se fossemos estrangeiros que não compreendem a língua nativa falada em outro país” (p. 7).

A linguagem audiovisual no âmbito da convergência digital também a cada vez mais usada no campo científico, porém, na maioria das vezes esse recurso é utilizado apenas como forma de registro no plano da coleta de dados. Todavia, o audiovisual também se configura como um meio sistematizado de se produzir conhecimento científico, especialmente no campo da Antropologia que se apropriou desse recurso para realizar etnografias, assunto que procuramos apresentar no próximo item.

2.2. Filme etnográfico no mundo digital

Alinhados com os trabalhos de Rouch (2003) e MacDougall (2003) compreendemos que o filme etnográfico é uma forma de conhecimento construído, capaz de possibilitar eventos e interpretações significativas sobre aquilo que se pesquisa. Desde o filme *Nanook of the North*, produzido em 1922 por Robert Flaherty, que essa estratégia é utilizada como caminho científico. Nesse filme o autor reproduziu o modo de viver dos *Inuit*¹⁰, através de imagens, música e elementos textuais que retratavam essa realidade, numa época em que aqueles hábitos já haviam sido extintos. “Graças a este método, próximo à etnografia de campo, Flaherty conseguiu produzir, muito bem, efeitos de uma realidade que levam o espectador a mergulhar na 'vida real” (JORDAN, 1995, p. 22).

Para Grimshaw (2001), o trabalho de Flaherty pode ser comparado ao de Bronislaw Malinowski (1978) que publicou no mesmo período a obra *Argonautas do Pacífico Ocidental*, considerado um marco na antropologia ao configurar os primeiros passos dos estudos de campo

¹⁰ Comunidade indígena que vivem nas regiões árticas do Canadá, Groelândia e Alasca.

etnográficos. Ambos¹¹ promoveram a imersão do pesquisador na realidade pesquisada como elemento fundamental para descrever, interpretar e compreender o mundo vivido, a fim de melhor representá-lo para a sociedade. Todavia, o filme etnográfico¹² tornou-se objeto de diversos questionamentos desde sua origem, e comumente não era reconhecido como forma legítima de se produzir conhecimento científico.

Rouch (2003) defendeu a relevância do audiovisual na pesquisa antropológica, principalmente através da compreensão conceitual de “cinema direto” e “antropologia compartilhada”, que significam a expressão de uma “verdade” particular (a do cinema) de determinada realidade e a construção coletiva (entre pesquisador e pesquisados) dessa verdade. O filme etnográfico *Crônicas de Verão* de Jean Rouch em parceria com o sociólogo Edgar Morin é um bom exemplo dessa concepção. Por fim, o antropólogo francês Marc-Henri Piault (2000) aponta outras novas possibilidades que exploramos, assim como algumas semelhanças sobre o que apresentamos sobre o contexto produtivo em Mídia-Educação:

O audiovisual constitui um novo campo de exploração, mais que um instrumento sofisticado intervindo no simples domínio da comunicação, por mais amplo que seja; ele define um sistema diferente de apreensão, de elaboração e de comunicação; abre ângulos inéditos de observação de uma realidade múltipla. (p. 62).

Portanto, foi a partir da aproximação entre a Mídia-Educação e o Filme Etnográfico enquanto conhecimentos sistematizados que percorremos o caminho teórico-metodológico para a construção desse texto, para dialogar com a descrição das experiências de produção do vídeo “PORQUEQUECHAVEARAMELALÍ?”.

3. Lendo o vídeo com os olhos dos autores

Como ponto de partida factual, utilizamos o abandono de uma bicicleta, desde março até

¹¹ No primeiro caso os *Inuit* através dos recursos audiovisuais, e no segundo os nativos dos arquipélagos da Nova Guiné através da descrição e representação escrita.

¹² De acordo com os autores citados nesse item, compreendemos que o que caracteriza um filme etnográfico é a existência de uma pesquisa antropológica que subsidia sua produção.

novembro de 2008 no bicicletário do Centro de Desportos (CDS) da UFSC, como elemento principal para elaborar o roteiro do vídeo. Com as idéias organizadas, estabelecemos um cronograma, e fomos a campo para pesquisar e gravar as imagens. Procuramos representar o descaso social e político sobre a utilização da bicicleta como lazer e meio de transporte através desse abandono, assim como os contrastes entre nossa dependência dos veículos motorizados e a autonomia que a bicicleta representa. Questionamos objetivamente os apelos explorados pela publicidade, principalmente as relações falsas do automóvel como signo de autonomia, independência, liberdade e *status* social. O argumento do vídeo se fundamentou principalmente em Ludd (2005), em que diversos autores defendem explicitamente a bicicleta como o meio de transporte mais eficiente que existe. Segundo um dos autores citados nesse, o filósofo Ivan Illich, há uma relação direta entre o consumo de energia e as desigualdades sociais, assim “o veículo se converteu em símbolo de seleção social e em condição para a participação na vida nacional (cf. LUDD, p. 52, 2005).”

O filme está em permanente diálogo com o mundo vivido e a ficção, sem perder a seriedade e a pretensão científica com rigor, criatividade, humor e poesia. Nossa idéia foi montar uma história sobre o possível dono daquela bicicleta abandonada e os motivos que o levaram a escolhê-la como meio de transporte. O vídeo começa com a seleção de uma série de entrevistas que foram realizadas com os estudantes, servidores, pessoas da comunidade e professores do CDS/UFSC, sobre a presença daquela bicicleta e a identidade de seu dono. A concepção estética da cena destaca a bicicleta estática e abandonada em contraste com o fluxo de pessoas em alta velocidade, que expressam a idéia de pressa e a falta de interesse em relação a essa bicicleta, fazendo menção a todas as bicicletas do mundo. A cena termina com uma *performance* do ator que representou o possível dono daquela bicicleta, concebida como uma representação artística da relação do homem com a bicicleta. A captação e montagem desses primeiros minutos do vídeo foram muito ricas em relação ao nosso próprio processo de mídia-aprendizagem, através do exercício intelectual e técnico de alcançar aquilo que foi idealizado no roteiro e planejado para ser executado.

A importância dessa formação profissional encontra suporte na obra de Ferrés (1996), em que o autor explica que a linguagem audiovisual possui características próprias, portanto deve ser aprendida e exercitada pelos professores para que os mesmos possam estar em sintonia com as demandas comunicativas do presente. Para ele não basta apenas saber “ler”, mas também “escrever” com esses recursos que despertam reações e compreensões através da emoção antes de alcançar o entendimento racional: “Expressar-se audiovisualmente significaria, então, comunicar as intenções no mesmo instante em que as emoções são suscitadas (FERRÉS, 1996, p. 15)”. As dificuldades de colocar em prática esse conhecimento são enormes, principalmente na condição de professores pertencentes ao universo acadêmico e escolar, onde os métodos de ensino-aprendizagem são em sua grande maioria construídos de forma que proporcionem um conhecimento racional direto.

O vídeo continua com uma cena que retrata um motorista ficando sem gasolina no meio da rua; essa situação representa a dependência dele em relação ao combustível, até que no auge da indignação do personagem ele decide vender seu carro e comprar uma bicicleta. Durante a caminhada do ator até o posto de gasolina, inserimos os áudios de outras entrevistas, de pessoas que foram questionadas sobre suas respectivas relações com o automóvel. Nessas falas fica nítida a transformação do carro numa necessidade moderna, conforme um dos entrevistados que afirmou: “*o carro não é prioridade, é uma necessidade!*” O poder simbólico também apareceu espontaneamente com a fala de uma mulher que relatou as preocupações de seu atual marido, na época em que eles eram apenas namorados: “*Ele falou que tinha gostado muito de mim, mas disse que não tinha carro e se isso era um problema (...)*” Assim como várias queixas que demonstram os problemas desse modelo de mobilidade urbana: “*Eu não esperava que Floripa tivesse esse trânsito; é pior do que Santos (...)*”.

A cena termina com uma sequência na integra do ator abastecendo seu carro. Abastecer um automóvel é algo corriqueiro e ninguém mais percebe esse ato com estranhamento, simplesmente paramos no posto de gasolina, entregamos a chave para o frentista e no máximo reclamamos do

preço abusivo do combustível. Poucos sabem que esse ato esconde interesses econômicos e políticos.

A indústria possui o monopólio da circulação quando a vida cotidiana passa a depender do deslocamento motorizado. (...) Por seu caráter dissimulado, seu entrincheiramento, seu poder para estruturar a sociedade, esse monopólio é radical: obriga a satisfazer de maneira industrial uma necessidade elementar até então satisfeita de forma pessoal (LUDD, 2005, p. 56).

Pedalar é demonstrar que existem alternativas. Isso foi representado na próxima cena do vídeo através de imagens do personagem pedalando pela cidade em câmera lenta ao som de uma música calma, elementos que contrastam com o *stress* e a poluição sonora das ruas de qualquer centro urbano. A idéia foi sugerir que a realidade havia se transformado em algo mais equilibrado e harmônico, representado pela cor branca e o efeito de dissolução do personagem e da paisagem que se misturam na tela. Em seguida retornamos para dentro do mesmo carro com outras duas personagens que o compraram. Paradas no trânsito, elas dialogam aflitas sobre a sensação de separação física, psicológica e emocional entre elas e a cidade: “*Eu me sinto como se estivesse numa bolha (...)*”; problemas de congestionamento: “*Não temos para onde ir (...)*”; e o papel da publicidade e do cinema na construção simbólica vinculada à indústria automobilística: “*Como se não bastasse vamos chegar em casa, ligar à televisão e assistir aquelas propagandas incríveis de carros (...)*”. A última referência é sobre a influência da indústria cinematográfica estadunidense: “*(...) e depois assistir Velozes e Furiosos*”.

A última parte do filme começa com uma das atrizes caminhando no meio do tráfego com os pés acorrentados em direção à câmera, até que se liberta e sai de cena. Para retornarmos ao contexto original do vídeo, pintamos efetivamente a bicicleta abandonada de branco, para chamar a atenção das pessoas que circulam no CDS e conseqüentemente para as questões que estávamos tematizando. A última cena mantém a mesma concepção estética da primeira, um espaço-tempo aberto às interpretações e reflexões, uma mistura entre realidade e ficção, ciência e arte, razão e emoção.

4. Considerações finais

Em nossas reflexões apontamos alguns elementos que podem contribuir com a formação profissional do educador, assim como auxiliar aqueles que se identificam com o tema a utilizar o contexto produtivo em mídia-educação em suas práticas pedagógicas nas aulas de educação física. Esses são modestos passos num caminho longo repleto de desafios, dúvidas e contradições, mas que podem contribuir com um projeto de sociedade efetivamente democrático por meio da Educação Física, Comunicação e Mobilidade Urbana.

O “mundo digital” e a “ditadura simbólica do automóvel” são realidades que não devem ser negligenciadas, as questões que apresentamos são complexas e são dignas de um esforço coletivo, se o interesse em construir um mundo mais humano for legítimo. Mergulhamos na realidade para alcançar a maturidade necessária para transformar nossa cultura no campo da educação, comunicação e da mobilidade urbana, no sentido de melhor compreender esses desdobramentos culturais e apontar caminhos para superar as contradições da lógica perversa da Mobilidade Urbana centrada nos automóveis, em busca da formação de sujeitos críticos capazes de ler e transformar nossa sociedade. Citando Ferrés (1996), para ressaltar as necessidades de aprofundamento e cautela em nossas reflexões e práticas no campo da mídia-educação, aproveitamos para pontuar nossa atitude nesse movimento permanente de luta e aprendizagem. “A atitude mais adequada é a aceitação crítica, o equilíbrio entre o otimismo ingênuo e o catastrofismo estéril, um equilíbrio que assuma a ambivalência do meio, as suas possibilidades e limitações, as suas contradições externas” (FERRÉS, p. 181, 1996).

Enfim, essas reflexões e experiências aqui relatado, em conjunto com o vídeo produzido e socializado na internet, fazem parte de uma proposta multidisciplinar que pode servir como suporte para novos diálogos, práticas e produções no campo da Educação Física. O vídeo¹³ pode ser acessado pelos professores de Educação Física e outros interessados em utilizar esse material, ou apenas assistir ao vídeo. Importante ressaltar que essa ação está vinculada à política interna do

¹³ Disponível em:

http://www.labomidia.ufsc.br/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=53&Itemid=126

LaboMídia em disponibilizar o conhecimento de forma mais ampla possível se valendo das possibilidades que se abriram no campo da comunicação social e educação, por meio da internet e da convergência digital. Esperamos que esse trabalho contribua com a formação profissional na área, e que seja aceito como um possível suporte reflexivo para se criar políticas públicas que promovam o uso da bicicleta como lazer e meio de transporte, assim como a inserção das questões midiáticas no ensino formal e informal no Brasil.

REFERÊNCIAS

BIANCHI, Paula. **Formação Continuada em Mídia-Educação (Física):** ações colaborativas na Rede Municipal de Florianópolis/SC. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Programa de Pós-Graduação em Educação Física. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2009.

CRÔNICAS de um verão. Jean Rouch; Edgar Morin. França, 1960. Disponível em DVD.

FANTIN, Mônica. **Mídia-Educação:** Conceitos, experiências, diálogo Brasil-Itália. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.

FENABRAVE. **Venda recorde de veículos compensa redução de IPI.** 2010. Disponível em: <http://www.fenabrave.com.br/principal/home/?sistema=conteudos|conteudo&id_conteudo=602#conteudo>. Acesso em 10 mar. 2010.

FERRARI, Rodrigo D. **Ciclopoiesis** – uma reflexão sobre o movimento humano, a biologia do conhecer e do amar. Monografia (Graduação em Educação Física). Curso de licenciatura em Educação Física. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.

FERRÉS, Joan. **Vídeo e educação.** Porto Alegre: Artmed, 1996.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das Culturas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GRIMSHAW, Anna. **The Ethnographers Eye.** Cambridge University. 2001.

JORDAN, Pierre. "Primeiros contatos, primeiros olhares". **Cadernos de Antropologia e Imagem**, Rio de Janeiro, n.1, 1995.

LUDD, Ned. **Apocalipse motorizado:** a tirania do automóvel em um planeta poluído. Tradução Leo Vinicius. 2. ed. rev. São Paulo : Conrad Editora do Brasil, 2005.

MACDOUGALL, David. The Subjective Voice in Ethnographic Film. In. HOCKINGS, Paul. **Principals of Visual Anthropology**. New York, 2003.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do pacífico ocidental**. São Paulo, Abril Cultural, coleção Os Pensadores. 1978.

MENDES, Diego Souza. **Luz, câmera e pesquisa-ação**: a inserção da Mídia Educação na formação contínua de professores de Educação Física. 2008. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Programa de Pós-Graduação em Educação Física. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2008.

NANOOK of the north. Robert Flaherty, 1922. Disponível em DVD.

ORGANISATION INTERNATIONALE DES CONSTRUCTEURS D'AUTOMOBILES (OICA). **If auto manufacturing were a country, it would be the sixth largest economy**. 2010. Disponível em: < <http://oica.net/category/economic-contributions/> >. Acesso em 10 março 2010.

OROFINO, M. I. **Mídias e mediação escolar**: pedagogia dos meios, participação e visibilidade. São Paulo: Cortez; Instituto Paulo Freire, 2005.

PIAULT, M. H. **Antropologie et cinéma**, Paris, Nathan Cinéma. 2000.

PIRES, Giovani De Lorenzi. **Educação Física e o Discurso Midiático**: Abordagem crítico emancipatória. Ijuí: Unijuí, 2002.

RIVOLTELLA, Pierre Cesare. **Digital Literacy**: Tools and Methodologies for Information Society. London: IGI publishing, 2008.

ROUCH, Jean. **The camera and man**. In. HOCKINGS, Paul. **Principals of Visual Anthropology**. New York, 2003.

SEMOB - Secretaria Nacional de Transporte e da Mobilidade Urbana. **Projeto "Bicicleta Brasil: Avanços e desafios"**. Brasília, 2009. Disponível em: < <http://www.cidades.gov.br/secretarias-nacionais/transporte-e-mobilidade/projeto-201cbicicleta-brasil-avancos-e-desafios201d> >. Acesso em: 16 out. 2009.

SILVEIRA, S. A. Convergência digital, diversidade cultural e esfera pública. In: PRETTO, Nelson De Luca. **Além das redes de colaboração**: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008.

Endereço dos Autores:

Rodrigo Duarte Ferrari
LaboMídia - Centro de Desportes (CDS)
Univresidade Federal de Santa Catarina
Campus Universitário - Bairro Trindade
CEP: 88040-900 - Florianópolis – SC
Endereço Eletrônico: rd.ferrari@gmail.com

Giovani De Lorenzi Pires
LaboMídia - Centro de Desportes (CDS)
Univresidade Federal de Santa Catarina
Campus Universitário - Bairro Trindade
CEP: 88040-900 - Florianópolis – SC
Endereço Eletrônico: delorenzi57@gmail.com