

## **FUTEBOL, MÍDIA-EDUCAÇÃO E NEWSMAKING: UM OLHAR SOBRE AS POSSIBILIDADES PEDAGÓGICAS NAS AULAS DE EDUCAÇÃO FÍSICA<sup>1</sup>**

Lyana de Miranda  
Acadêmica em Educação Física/UFSC  
Integrante do Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva

### **RESUMO**

Este breve ensaio observa a temática do esporte, neste caso do futebol, para além do método e da realização esportiva, mas como um dos conteúdos para a prática pedagógica na perspectiva da mídia-educação (física). Será utilizando como parâmetro a revista experimental “Leão em Foco”, idealizada e produzida por acadêmicos do curso de jornalismo, aqui observada na perspectiva do fazer jornalístico no que concerne às experiências pessoais. Para tanto, utiliza-se a tese central da mídia-educação proposta por Mônica Fantin, balizando o olhar às questões da produção da notícia, ou *newsmaking*, utilizando como referencial teórico os estudos de Mauro Wolf.

Palavras-chaves: esporte; mídia-educação; *newsmaking*

### **INTRODUÇÃO**

Que o esporte está, cada vez mais, presente no cotidiano de crianças e jovens não é nenhuma novidade. E quando se fala de futebol, a constatação é ainda mais óbvia. Debatida largamente em todos os meios de comunicação de massa, a temática, muitas vezes, torna-se um discurso pré-moldado na fala dos pequenos.

A reprodução de debates e discussões nos corredores das escolas advém, em sua maioria, da fala dos adultos que, por sua vez, reproduzem os discursos consumidos em programas televisivos, jornais populares e transmissões radiofônicas. Nesses meios, os famigerados comentaristas e entendedores em geral do esporte bretão inflamam seus discursos e alimentam o imaginário popular.

Assim, os assuntos esportivos, presentes na mídia e, conseqüentemente, no contexto dos alunos, estão largamente presentes também no contexto escolar, mas não são tratados pelo professor em sala de aula. Mesmo sendo de grande interesse dos alunos, os professores muitas vezes desconhecem ou ignoram o potencial que tal interesse pode gerar em termos de aprendizagem.

Para Martín-Barbero (2000, p. 55), “a escola deixou de ser o único lugar de legitimação do saber”. Tal propagação descentralizada transformou a criança em detentora de saberes diferentes dos saberes do professor. Segundo o autor “essa diversificação e difusão do saber” se transformou em “um dos desafios que o mundo da comunicação apresenta ao sistema educacional”.

---

<sup>1</sup> Texto produzido por ocasião da participação na disciplina optativa *Educação Física e Mídia*, ministrada pelo Prof. Dr. Giovanni De Lorenzi Pires, durante o atual semestre de 2009-2.

Não seria esta a razão pela qual é vital que a escola absorva a ideia de que é preciso incorporar um trabalho sério que contemple uma nova perspectiva da mídia, evitando o fosso entre as experiências midiáticas e culturais dos alunos e de seus professores?

O desafio é como implantar na escola um *ecossistema comunicativo*, ou seja, “um ambiente de informação e de conhecimentos múltiplos” (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 54) que observe ao mesmo tempo as experiências culturais heterogêneas e a vertente da informação e da comunicação.

A consciência da tensão entre vida e escola se traduz na necessidade de criar instrumentos novos de pesquisa e de estudo, como materiais tipográficos, livros especiais, rádio, discos, cinema, laboratórios, oficinas, etc., presentificando a relação com a mídia-educação. Repensar o ensino a partir das técnicas das mídias significa pensar a relação teoria e práxis sobre novas bases, e abrir na escola um espaço para o jornal, avaliar as notícias, construir/desconstruir o texto e criticar as mensagens se apresentam nesta pedagogia e são questões centrais para a mídia-educação. (RIVOLTELLA apud FANTIN, 2006, p.87).

A tensão entre escola e mídia, muitas vezes advêm de uma visão que os professores possuem da mídia como alienadora e dos alunos como simples esponjas, que absorvem tudo o que lhes é imposto. Tal visão, formulada no início dos estudos de comunicação de massa foi superada com a constatação de que jovens e crianças, como receptoras, não são um elemento passivo do processo comunicacional.

## **EM CAMPO, A MÍDIA-EDUCAÇÃO**

Amparada pelos estudos culturais latino-americanos, as pesquisas sobre mediação e recepção mostram que a criança, como um sujeito-receptor, é produtora de cultura, e participa ativamente desse processo. E o papel dos mediadores nessa ação de troca entre meios e receptores é de grande importância para a construção da realidade e da visão crítica.

Nesse contexto, Mônica Fantin (2006) assinala a importância da capacitação dos professores, “através de práticas participativas que permitam manipular as mídias e seus recursos e dominar suas técnicas e linguagens”. (FANTIN, 2006, p.74).

Assim o processo educativo, poderá abranger três dimensões pedagógicas: educar com os meios, educar sobre os meios e educar através dos meios. E esse educar deve ser complementar ao educar da escola.

Dessa forma, a mídia se transformará em instrumento, no auxílio em sala de aula; os produtos midiáticos serão analisados de forma a instituir em pensamento crítico; além da disseminação dos procedimentos técnicos e produtivos do meio, capacitando o aluno a produzir, de forma ética e com uma estética própria, os produtos midiáticos.

A mídia-educação se revela numa teoria e prática de fazer-refletir educação com os meios, através dos meios e sobre os meios, e possui como enfoque principal a construção do pensamento crítico. Tal pensamento crítico se traduz em duas dimensões: uma que significa a capacidade da metarreflexão (saber do saber, ter consciência da estratégia que utilizou e colocar isso em jogo quando conhece) e a capacidade do questionamento (saber fazer

perguntas pois quando se faz perguntas se compreende a questão); e outra que significa a capacidade de saber fazer análise de textos (analisar, refletir, apreciar, comentar) e a produção (fazer mídias através de aprendizagem colaborativa, de resolução de problemas e de coinvestigação). (FANTIN, 2006, p.98).

Para Fantin (2006), essas dimensões, que não possuem uma ordem fixa podendo, até mesmo, complementarem-se entre si, vão localizar a mídia-educação como campo de conhecimento, disciplina e prática social.

Com esse cenário, uma questão se desenha: como fazer com que os alunos de Educação Física, transbordando de informações sobre a temática do esporte, adquiram uma visão crítica e consciente sobre a cultura esportiva no qual estão intimamente imersos e inseridos?

Alguns caminhos, entre a mídia-educação e as relações com o esporte já foram trilhados por pesquisadores e professores, por meio de experimentos didático-pedagógicos dos quais, uma das constatações mais significativas, como mostrou Pires (2007), é a de que tratar a mídia como uma ameaça, traçando metas para combatê-la, também no caso do jornalismo esportivo, não é o melhor caminho.

Por várias razões, a cultura midiática está intrinsecamente ligada ao cotidiano das infâncias e juventudes, portanto satanizar os meios soa anacrônico, para os nossos alunos, além de expressar certo ranço saudosista e conservador. Assim, se nossa prática pedagógica deve considerar como ponto de partida aquilo que já é (re)conhecido como um saber fazer por eles, as manifestações da cultura esportiva veiculadas na mídia, especialmente o esporte, são sem dúvidas um desses conhecimentos. (PIRES, 2007, p. 86)

Desta forma, a Educação Física, como disciplina inserida no ambiente escolar, também pode promover o debate sobre a mídia, até mesmo incluindo nas aulas o assunto, e incorporando as três dimensões da mídia-educação e, principalmente, possibilitando confluências entre os diversos componentes curriculares.

Segundo Pires (2007), muitos pedagogos vêm a importância tanto de se levantar assuntos abordados na mídia, abordando os contextos metodológicos (educação com os meios) e críticos (educação sobre os meios), porém nem sempre alcançando um maior nível de criticidade entre os alunos.

Assim, para Fantin “não se faz mídia-educação só com leitura crítica e uso instrumental das mídias, sendo necessário aprender a “escrever” com as linguagens das mídias” (2006, p. 86).

Pires pondera ainda que,

[...]para proporcionar a apropriação ativa, crítica e criativa, tanto dos instrumentos quanto dos conceitos ligados à mídia, a melhor solução pedagógica parece ser a *produção de mídia* na escola. Ao produzir mídia, de um simples jornal impresso e fotocopiado até um vídeo-documentário, gravado decupado e editado com recursos como uma câmera ou um telefone celular (muitos deles capturam imagens) e um aparelho gravador de DVD,

presentes em boa parte das escolas, os alunos precisarão dominar ambas: as técnicas de produção, isto é, as ferramentas e, ao mesmo tempo, pensar sobre as decisões que levam à construção do produto midiático, que envolve escolhas como enfoque, destaques como localização na página ou tipo de tomada de imagem, espaço ou tempo de cada matéria, etc. (PIRES, 2007, p. 87)

Mas como propor aos alunos a confecção de um produto midiático? Qual assunto abordar? Qual meio escolher? As dificuldades parecem muitas, e são, mas podem ser experimentadas.

## NEWSMAKING: UMA NOVA MODALIDADE

Antes de instituir um contato com uma produção jornalística esportiva, nesse caso experimental, cabe ambientar outro argumento conceitual, compondo o quadro teórico no qual se esboça o presente ensaio: os estudos, ou a hipótese, dos *newsmaking*.

Considerado como novas tendências de pesquisa relacionadas aos meios de comunicação e a construção da realidade, juntamente com a *agenda-setting*<sup>2</sup> e os *gatekeeper*,<sup>3</sup> o *newsmaking* é o processo pelo qual são definidas as relevâncias para a transformação de um fato.

Wolf (1999) destaca que uma ocorrência, para ser selecionada, e ao ser selecionada, deve, de certa forma, obedecer alguns critérios dos quais serão tirados a importância e a noticiabilidade dos assuntos. Segundo o pesquisador, a forma sutil na seleção da notícia causa dúvidas nos profissionais da informação acerca da credibilidade de tais pesquisas, uma vez que, para eles,

[...] a ideia de que a notícia é tão impossível de prever como o acontecimento e, por isso, não pode ser encerrada em esquemas analíticos, dado que é fruto de capacidades exclusivamente subjetivas (faro da notícia; nasce-se jornalista, etc.) , até a observação de que analista não é capaz de compreender a lógica da produção de notícias, visto ser estranho ao ofício, e por conseguinte, não poder captar os seus elementos significativos. (WOLF, 1999, p. 191)

Para Wolf (1999), as seguintes etapas são percorridas para a efetiva publicação de um fato como notícia: 1) o grau de noticiabilidade dos assuntos, ou seja, a aptidão que cada acontecimento possui para se transformar em notícia, na qual estão em jogo por um lado a cultura do profissional e por outro as convenções profissionais constituindo-se “um elemento da distorção involuntária contida na cobertura dos *mass media* (1999, p. 193); 2) os valores-notícia, que representam critérios fundamentais que orientam a seleção dos acontecimentos e a sua apresentação, “permitindo que a seleção do material seja executada com rapidez, de um

---

<sup>2</sup> A hipótese da *agenda-setting* defende que “as pessoas tem tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo”. (WOLF, 1999, p. 144). Assim, os meios não pretendem persuadir, mas expor ao público uma lista de assunto a serem debatidos, dizendo aos telespectadores, ouvintes ou leitores, sobre que assuntos pensar.

<sup>3</sup> *Gatekeepers*, ou selecionadores, são um grupo ou pessoas com a função, e o poder, de decidir se deixa ou não passar determinada informação. Segundo Wolf (1999) a ideia de *gatekeeper* como uma pessoa é ultrapassada, “acentuando-se a ideia da seleção com um processo hierarquicamente ordenado e ligado a uma rede complexa de *feedback*” (p. 181). Contudo, convém recordar o episódio de seleção do Jornal Nacional, no qual o editor-chefe, Willian Bonner apresentou como critério de noticiabilidade a comparação dos telespectadores com o protagonista da série, os *Simpsons*, Hommer Simpson (FILHO, 2005).

modo quase automático” (1999, p. 197); 3) a utilização de fontes que propiciem a continuidade do processo rápido e mecanizado; 4) o casamento entre o que está planejado e a previsibilidade do que pode acontecer<sup>4</sup>; 5) a valoração de uma troca de notícia por outra, ou seja, o custo-benefício da factibilidade dos assuntos e, 6) a posição sempre-alerta da redação, prontamente receptiva aos “furos” de última hora.

Assim, o estudo dos *newsmaking* dá especial ênfase à produção de informações por meio da transformação dos acontecimentos do cotidiano, que apresentem importância para tal, em notícias.

Para Altheide,

[...] as notícias são aquilo que os jornalistas definem como tal. [...] é o produto de um processo organizado que implica uma perspectiva prática dos acontecimentos, perspectiva essa que tem por objetivo reuni-los, fornecer avaliações, simples ou diretas, acerca das suas relações e fazê-la de modo a entreter os espectadores. A definição e a escolha daquilo que é noticiável, em relação aquilo que, pelo contrário, não é, são sempre orientadas pragmaticamente. (ALTHEIDE apud WOLF, 1999, p. 191)

## UM OLHAR SOBRE UM PRODUTO EXPERIMENTAL

Como se percebe, o *newsmaking*, ou a forma de produção da notícia, obedece, mesmo que os profissionais não percebam, ou já estejam acostumados com tal rotina, um critério para a efetiva publicação: o critério de noticiabilidade.

Mas, em projetos experimentais, tal rotina produtiva também se reproduz? Para uma observação sobre o que pode ser produzido, observação essa que não se pretende exaustiva, mas apenas uma “olhada” sobre um produto midiático esportivo, utilizarei a revista experimental “Leão em Foco”, idealizada e produzida por acadêmicos do curso de jornalismo da Faculdade Estácio de Sá de Santa Catarina, nos quais me incluo.

A ideia de montar uma revista sobre futebol surgiu da presença do Avaí na primeira divisão do campeonato brasileiro de futebol de 2009. Após 30 anos transitando pelas classes subalternas do futebol no país, a equipe da Ilha de Santa Catarina finalmente está na elite, aumentando substancialmente a visibilidade, sobretudo nacional, do time e, conseqüentemente, sua exposição.

Na confecção da revista experimental “Leão em Foco”, os assuntos abordados, todos incluindo o tema da revista, foram previamente definidos e aleatoriamente distribuídos entre os participantes. A maioria dos “repórteres” não tinha, ou poucos tinham, intimidade com futebol, além do contato midiático, cuja temática se faz presente quase diariamente.

Em um único encontro, o jogo Avaí x São Paulo, realizado no dia 07/06/2009, no Estádio Aderbal Ramos da Silva, a Ressacada, em Florianópolis, os repórteres assistiram à partida, na qual recolheram relatos e impressões para a confecção das matérias, local onde também realizaram registros fotográficos do jogo. Além das fontes consultadas durante o

---

<sup>4</sup> Com essa observação, me lembro de uma anedota típica do ambiente jornalístico na qual uma repórter foi, com a pauta na mão, ou seja, a notícia determinada e as entrevistas pré-agendadas pelo editor-chefe do jornal, cobrir a inauguração de um hospital. Retornando à redação, o editor pergunta pela matéria e a repórter prontamente avisa que a pauta havia “caído”. Novamente indagada, agora pelo motivo de a pauta ter falhado, a repórter responde: “Quando cheguei ao hospital, ele estava em chamadas. Não havendo inauguração, não teve assunto para a matéria”, responde a esperta jornalista.

jogo, algumas informações foram resgatadas da internet, de sites especializados e dos sites dos clubes.

Ao todo foram 11 matérias, que englobaram assuntos diversos entre a cobertura da mídia, o comércio atuante durante o jogo, o trânsito, além da torcida e um perfil das principais estrelas dos dois times. O principal no texto era materializar o olhar do repórter, se atendo aos detalhes, não só da partida, mas do que ocorria ao redor. Esta era uma característica pré-determinada e utilizada na disciplina do professor Fernando Evangelista, na qual surgiu a ideia da revista. O que não deixa de ser uma sistematização.

Contudo, a realização de um material esportivo no qual os repórteres estão livres para informar aquilo que lhes chamou a atenção, mesmo se encaixando em uma estratégia de noticiabilidade, pode ser considerada uma estratégia com um olhar mais humanizado e menos mecanizado.

## MAIS, E MAIS, QUESTÕES

Desta forma, mais uma questão, das várias que ainda estão por vir, se configura: poderia, um projeto experimental como o da revista “Leão em Foco”, ser aplicado com alunos de Educação Física dos ensinos fundamental e médio?

Na opinião de Wolf,

[...] o aspecto comercial consiste no facto de a avaliação de noticiabilidade ser sempre o resultado de uma mistura, articulada sempre de modo diferente, em que os factores em jogo têm sempre um peso específico desigual. O faro jornalístico seria, neste caso, não uma capacidade misteriosa, para captar notícia, mas uma capacidade *standard* (adquirida a partir de parâmetros delimitáveis: os valores/notícias) para agrupar, instantaneamente, numa ponte de equilíbrio, factores bastante diversos. (WOLF, 1999, 251)

Trazendo a questão ao contexto de Florianópolis, uma oportunidade para se trabalhar as três dimensões da mídia em aulas de Educação Física, transpondo-a a outras disciplinas, de forma interdisciplinar, seria tratar de assuntos que fazem parte tanto da vida dos professores quanto da vida dos alunos.

Mas será que na produção de notícias os alunos, em produções experimentais como a revista “Leão em Foco”, também recorrerão à rotina produtiva de que nos fala Wolf, ou seja, também na utilização de uma das dimensões da mídia-educação, a educação através dos meios, o *newsmaking* será identificado e seguido?

São indagações que só poderão ser identificadas, e superadas, na utilização das dimensões da mídia-educação como intervenção pedagógica, e social, nas aulas de Educação Física.

## REFERÊNCIAS

FANTIN, Mônica. Crianças, cinema e mídia-educação: olhares e experiências no Brasil e na Itália. 2006. 409f. **Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de Santa Catarina**, Florianópolis, 2006. Disponível em: <<http://www.tede.ufsc.br/teses/PEED0533.pdf>> Acesso em: 11. ago. 2008

FILHO, Laurindo Lalo Leal. De Bonner para Homer. **Observatório da Imprensa**. 2005.  
Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=358asp010>>  
Acesso em: 05. jun. 2009

LEÃO em foco. **Faculdade Estácio de Sá de Santa Catarina**, Florianópolis, ed. 01, jun,  
2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Desafios culturais da comunicação à educação. **Revista  
Comunicação e Educação**. São Paulo, n. 18, maio./ago, 2000. p. 51– 61

PIRES, Giovani De Lorenzi. GRUNENVALDT, José Tarcísio e outros (orgs.). **Educação  
física, esporte e sociedade: temas emergentes**. São Cristóvão: DEF/UFS, 2007.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5 ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999

CONTATO:

[lyanathediga@gmail.com](mailto:lyanathediga@gmail.com)

CATEGORIA: 1) MESA TEMÁTICA

ÁREA DE TRABALHO: A) EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR