

MÍDIA¹

Mauro Betti²
Giovani De Lorenzi Pires³

A palavra “mídia” origina-se do latim *media*, plural de *medium*, que significa “meio”. Inevitavelmente encontra-se associada à “comunicação” – a mídia refere-se aos *meios de comunicação*, no sentido de comunicação humana mediada por algum aparato. Com o advento do jornal, depois do rádio, do cinema e da televisão - meios em que um número relativamente pequeno de pessoas emite suas mensagens para um número relativamente grande de pessoas, vistas como um público homogêneo de receptores - fala-se em meios de comunicação *de massa*. A crescente proliferação, diferenciação e interação dos meios e tecnologias de comunicação na sociedade contemporânea (internet, TV a cabo etc.) produz, para Santaella (1996) um constante movimento de transformação nos modos de produção e fruição das formas tradicionais de cultura (erudita, popular e de massa), as quais passam também a interagir e misturar-se. Santaella refere-se a esse fenômeno em termos de uma *cultura das mídias*, porque percebe que os processos comunicativos das mídias geram códigos específicos e signos de estatutos semióticos peculiares (por exemplo, pela combinação do som, da fala e da imagem), “além de produzirem efeitos de percepção, processos de recepção e comportamentos sociais que também lhe são próprios” (p 29).

A mídia é também uma indústria – a *indústria midiática* -aqui entendida como produtora e veiculadora de símbolos e significados socialmente compartilhados na cultura contemporânea; é a principal operadora da Indústria Cultural, conceito cunhado por Adorno e Horkheimer

¹ Verbete produzido por Mauro Betti e Giovani De Lorenzi Pires para o Dicionário Crítico da Educação Física.

² Licenciado e Mestre em Educação Física (USP), Doutor em Filosofia da Educação (UNICAMP), Livre-Docente em Métodos e Técnicas de Pesquisa em Educação Física (UNESP). Coordenador do Laboratório de Estudos Socioculturais e Históricos da Educação Física, do Departamento de Educação Física da Faculdade de Ciências da Unesp de Bauri . Autor dos livros: “Educação Física e Sociedade” (Ed. Movimento), “A Janela de Vidro: Esporte, Televisão e Educação Física” (Papirus)

³ Licenciado e Mestre em Educação Física (UFSM), Doutor em Educação Física/Ciências do Esporte (UNICAMP). Professor Adjunto do Departamento de Educação Física, Centro de Desportos/UFSC; membro do Núcleo de Estudos Pedagógicos da Educação Física/UFSC e editor da Revista Motrivivência. Autor de "Educação Física e o Discurso Midiático: abordagem crítico-emancipatória" (Ed.UNIJUÍ)

(1985). Se uma das faces mais visíveis da Indústria Cultural é o processo de banalização da cultura e a sua transformação em mercadoria, de fato, faz sentido que os bens culturais simbólicos (além dos bens materiais que ajudam a materializá-los) disponham de um canal privilegiado para serem disponibilizados e consumidos - papel reservado aos meios de comunicação, especialmente a partir do advento e da expansão das modernas tecnologias informacionais de massa. Orientada em mecanismos psíquicos de reconhecimento e identidade, a mídia vende sobretudo a (pseudo) satisfação de desejos e vontades subjetivas que são também fruto da ação da Indústria Cultural associada ao capital (Rüdigger, 2002). A atual tecnificação da informação e do entretenimento pela Indústria Cultural produz ainda uma “cultura mediática” que influencia na forma de percepção, construção de sentidos e de relacionamento do indivíduo com a realidade, caracterizada pela transformação da apreensão estética da realidade imediata em *esteticismo*, como forma de percepção tecnicamente mediada da realidade (Costa, 2002).

A despeito do predomínio do interesse pela mídia elétrica (televisão, computador etc.), Baitello Jr. (2003), com base em H. Pross⁴, lembra que a comunicação humana se inicia no corpo, a *mídia primária*, com suas infinitas e ricas possibilidades comunicativas dos gestos expressivos, dos ritmos e rituais, dos sons e odores, e da própria linguagem verbal falada. A mídia secundária são aqueles meios de comunicação em que apenas o emissor necessita de um aparato ou suporte: a imagem e a escrita, também em seus desdobramentos: fotografia, pintura, livro, jornal, cartaz etc. A *mídia terciária* inclui os meios de comunicação em que tanto emissor quanto receptor dependem de aparelhos (elétricos): televisão, indústria fonovideográfica, internet etc.

Baitello Jr. (2003) teme pela conseqüências que decorreriam da hipertrofia dos sistemas de mediação mais complexos (mídia terciária), à custa de uma atrofia dos sistemas primários simples. A possibilidade de produção de imagens, visuais ou acústicas, sua reprodução ilimitada e distribuição irrestrita teria levado a comunicação humana “a uma hipertrofia da visão e da visibilidade, em uma transferência da tridimensionalidade presente na mídia primária (com seus sentidos táteis) para as superfícies bidimensionais” (p 7). E questiona-se, com D. Kamper⁵: “Ver é permanecer na superfície. A profundidade do mundo não é atingível pelo olho. E quando o olho se intromete, aumentam apenas os planos, as superfícies e as superficialidades (...): quanto mais visibilidade, tanto mais invisibilidade” (Kamper, citado por Baitello, 2002, p. 7).

⁴ PROSS, Harry. *Medienforschung*. Darmstadt: Carl Habel, 1971.

⁵ KAMPER, Dietmar. *Unmögliche Gegenwart: Zur Theorie der Phantasie*. München: W. Fink, 1995.

MÍDIA E ESTUDOS SOBRE MÍDIA

Wolf (2001) propõem uma classificação das teorias da comunicação, como se segue. *Correntes funcionalistas*: buscam explicitar as *funções* exercidas pelos *mass media* na sociedade, dirigem sua atenção não para fatos específicos/isolados, mas para a presença cotidiana dos meios no sistema social, concebido como um organismo em razoável estabilidade, em que todas as suas instituições (os *media* inclusive) encontram-se integrados. *Teoria crítica*: pressupõe que todo o estudo interessado em estabelecer uma crítica às influências sociais e mesmo subjetivas dos meios de comunicação de massa precisam ter como cenário a estrutura econômica da sociedade capitalista. *Teorias culturalistas*: investigam a contribuição da mídia na constituição da cultura de massa, compreendida como uma nova forma de organização da sociedade, envolvendo práticas, significados e valores culturalmente compartilhados. *Vertentes comunicacionais e semióticas*: referem-se ao estudo dos processos informacionais internos à comunicação, desde os mais simples – o modelo clássico - emissor/mensagem/meio/receptor – até aqueles que objetivam explicitar a produção semiótica do sistema de signos e significados que envolvem o processo de comunicação. *Novas demandas*: referem-se a tendências de pesquisa fundamentadas no entendimento que a mídia, em médio e longo prazo, altera o modo como as pessoas organizam sua percepção da realidade; incluem (i) a hipótese dos efeitos de longo prazo ou *agenda-setting*: aponta o papel da mídia no agendamento e hierarquização dos temas sociais sobre os quais se deve ter opinião, fornecendo-lhes também os principais elementos para a sua elaboração; e (ii) a sociologia dos emissores ou *newsmaking*: centrado especialmente no âmbito das notícias, tenta entender a lógica e os critérios do processo pelo qual os *media* responsáveis pela seleção/edição das informações escolhem e dão o tratamento jornalístico às mesmas.

Martin-Barbero (1987), principal articulador da *corrente ou escola latino-americana de comunicação* interpela o campo dos estudos midiáticos a partir de outros pressupostos e novas categorias de análise; propõe um voluntário afastamento em relação ao *objeto* da comunicação para encontrar o caminho do movimento social da comunicação. Essa corrente busca superar tanto a noção de supremacia dos meios técnicos como a de homogeneidade e passividade da audiência, que predominam nas pesquisas sobre mídia, optando pelo caminho das *mediações* como espaço cultural aberto à configuração/reconfiguração das mensagens midiáticas. Segundo Jacks (1999, p. 48-49), "mediação pode ser entendida, portanto, como um conjunto de elementos que intervêm na estruturação, organização e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade. As mediações produzem e reproduzem os significados sociais, sendo o 'espaço' que

possibilita compreender as interações entre a produção e a recepção".

No campo da *recepção* acontece a maior contribuição metodológica da escola latino-americana aos estudos de comunicação, ao reconhecer a importância de se investigar a diversidade de fatores culturais que, tanto no plano individual quanto coletivo, interferem na forma como os receptores percebem e atribuem sentido à mensagem.

Outra sistematização importante para o estudo dos meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea é proposta por Thompson (1995), em obra na qual relaciona mídia, cultura e ideologia. O autor propõe um *concepção estrutural* de cultura, como o “padrão de significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças” (p.176), salientando que toda a significação e transmissão de formas simbólicas acontece “em contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados” (p.181), os quais também devem ser objetivados na análise cultural para a interpretação dos significados das formas simbólicas. A análise da transmissão das formas simbólicas envolve de modo privilegiado a interpretação dos meios de comunicação de massa, para o que Thompson (1995) propõe uma *hermenêutica de profundidade*, constituída por três fases de enfoque: (i) *análise sócio-histórica*: reconstrói as condições sociais e históricas da produção, circulação e recepção das formas simbólicas; (ii) *análise formal ou discursiva*: envolve análises semiótica, de conversação, sintática, narrativa e argumentativa; (iii) *interpretação/re-interpretação*: refere-se à "reconstrução criativa dos significados, isto é, um explicação interpretativa do que está representado" (p.375).

MÍDIA E EDUCAÇÃO FÍSICA

No Brasil, a atenção aos estudos da mídia é recente por parte da Educação Física. Segundo o Grupo de Trabalho Temático “Comunicação/Mídia e Educação Física/Ciências do Esporte”, ligado ao Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (CBCE), a abordagem de pesquisa faz-se com: “*Estudos relacionados à comunicação e à mídia enquanto fenômenos culturais na sociedade contemporânea, considerando suas relações com as Ciências do Esporte/Educação Física na qualidade de áreas de conhecimento e intervenção profissional. Análise e interpretação dos processos envolvidos na produção, difusão e recepção das mensagens das várias mídias e tecnologias comunicacionais, bem como do próprio conteúdo das mensagens, atentando para as implicações ideológicas, econômicas, socioculturais e pedagógicas de tais processos, assim como para as influências que dirigem às Ciências do*

Esporte/Educação Física” (CBCE, 2003, p.1). Pires (2003) propõe uma identificação do "estado atual da arte" buscando sistematizar a produção científica da Educação Física/Mídia em categorias classificatórias.

O principal foco dos estudos está centrado na análise de como os *meios de comunicação de massa* se apropriam e veiculam temas da área, especialmente aqueles que têm como principal objeto a produção/veiculação do esporte telespetáculo (Betti, 1998) ou a construção da imagem social de corpo. Duas são as ênfases identificadas: i) os que centram suas análises na *mensagem* e ii) aqueles que examinam como os receptores atribuem significados a ela. Os primeiros têm suas bases teóricas no exame da produção do imaginário social e nas análises semióticas e/ou de discurso sobre imagens/textos. Já os estudos de recepção têm como quadros de referência o conceito de mediações e a teoria das representações sociais.

O segundo agrupamento tem caráter mais *instrumental*, isto é, operam os meios tecnológicos de informação como facilitadores do acesso/apropriação de temas específicos. Entre estes, destacam-se as propostas comunicacionais que preconizam a utilização das *novas linguagens midiáticas* para o desenvolvimento de ambientes informatizados de aprendizagem ou como estratégia para a veiculação de material de marketing promocional ou institucional.

Com algumas diferenças sutis em relação ao grupo anterior, destacam-se os estudos que pensam as oportunidades viabilizadas pela mídia informatizada, como *novos campos epistemológicos* para a Educação Física. Para estes, mais do que uma nova linguagem, o mundo digital e em rede configura-se como um amplo espaço comunicacional virtual, com influência não apenas na transmissão mas sobretudo na produção de novos conhecimentos sobre a cultura de movimento. Inserem-se aqui os estudos culturalistas ou "pós-modernos", que identificam em práticas corporais associadas a novas ferramentas da mídia elementos de uma cultura pósestruturalista.

O último grupo é dos que promovem *interfaces* de outras ciências – como a História, a Sociologia, a Economia, a Medicina, etc. - com a Educação Física, ao tomarem por objeto de estudo temas que tradicionalmente integram o campo desta – especialmente os relativos ao corpo e ao esporte – tangenciando também a questão da mídia.

Para concluir, observa-se que, à medida que os trabalhos de abordagem teórica críticoreflexiva sobre as relações entre mídia e as diferentes manifestações da Educação Física vão se ampliando, diversificando e aprofundando, mais visível se torna a ausência e ainda mais necessária se faz a produção de estudos que formulem e experimentem propostas metodológicas de trato pedagógico sobre o tema destas relações no âmbito do sistema educacional, nas aulas de Educação Física escolar.

Referências Bibliográficas

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- BAITELLO Jr., Norval. *O tempo lento e o espaço nulo: mídia primária, secundária e terciária*. Disponível em <<http://www.cisc.org.br/biblioteca/index.html>>. Acesso em: 7 abr. 2003.
- BETTI, Mauro. *A janela de vidro: esporte, televisão e educação física*. Campinas: Papirus, 1998.
- COLÉGIO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE. *GTT-2- Comunicação e mídia*. Disponível em <<http://www.cbce.org.br/conbrace/ementasgtts2002.htm>>. Acesso em: 10 abr 2003.
- COSTA, Belarmino César Guimarães. *Estética da violência: jornalismo e produção de sentidos*. Campinas: Autores Associados; Piracicaba: Ed.UNIMEP, 2002
- JACKS, Nilda. *Querência: cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili, 1987.
- PIRES, Giovani de Lorenzi; *A Pesquisa em Educação Física e Mídia nas Ciências do Esporte: um possível “estado atual da arte”*. Porto Alegre: Movimento (prelo)
- RÜDIGGER, Francisco. *Comunicação e teoria crítica da sociedade: fundamentos da crítica à indústria cultural em Adorno*. 2.ed. Porto Alegre: Ed. PUCRS, 2002.
- SANTAELLA, Lucia. *A cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 6.ed. Lisboa: Presença, 2001.

Sugestões de Leitura

- BETTI, Mauro. *A janela de vidro: esporte, televisão e educação Física*. Campinas: Papirus, 1998.
- _____. (Org.). *Mídia e educação física*. São Paulo: Hucitec (prelo).
- PIRES, Giovani de Lorenzi. *Educação física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória*. Ijuí: Ed. Unijuí, 2002.