



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DO PANTANAL
CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA**

**A INFLUÊNCIA DA INDÚSTRIA CULTURAL NO CONTEÚDO
ESPORTE DA EDUCAÇÃO FÍSICA: O CASO DO FUTEBOL**

IGOR DE OLIVEIRA SILVA

**CORUMBÁ
2015**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DO PANTANAL
CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA**

**A INFLUÊNCIA DA INDÚSTRIA CULTURAL NO CONTEÚDO ESPORTE DA
EDUCAÇÃO FÍSICA: O CASO DO FUTEBOL**

Monografia apresentada por Igor de Oliveira Silva, ao Curso de Educação Física da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus do Pantanal, como um dos requisitos para a obtenção do título de Professor de Educação Física.

Orientador (a)
Prof^a Me. Cléia Renata Teixeira de Souza.

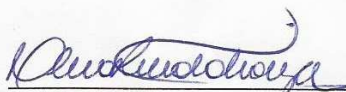
CORUMBÁ
2015

IGOR DE OLIVEIRA SILVA

**A INFLUÊNCIA DA INDÚSTRIA CULTURAL NO CONTEÚDO ESPORTE DA
EDUCAÇÃO FÍSICA: O CASO DO FUTEBOL**

Este trabalho de conclusão de curso foi julgado adequado para obtenção do título de “Licenciado em Educação Física” e aprovado em sua forma final pela banca examinadora.

BANCA EXAMINADORA



Prof^a Me. Cléia Renata Teixeira de Souza
Orientador (a) – UFMS/CPAN



Prof^a Me. Hellen Jaqueline Marques
UFMS/CPAN



Prof. Dr. Fabiano Antonio dos Santos
UFMS/CPAN

Corumbá/MS
2015

Dedico este trabalho aos meus pais que sempre me apoiaram oferecendo todo suporte na minha caminhada acadêmica. Aos apoios singelos que recebo de amigos e a minha avó paterna que fez a passagem para o plano espiritual, pois o seu exemplo de vida foi um grande ensinamento.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus pelo merecimento na oportunidade em concluir essa etapa na minha vida.

Aos meus pais pela confiança.

A minha orientadora Cléia Renata pela confiança e paciência no processo de construção do trabalho, desejo todo o sucesso em sua vida.

Ao professor Me. Carlo Henrique Golin pelo apoio no processo de ensino aprendizagem.

Aos professores de estágio Elaine, Rondinelli, Marciley Tavarez e João Miguel e aos gestores pela experiência adquirida nas escolas públicas de ensino.

Ao Samba com amigos nos momentos de descanso.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

“Mudaram toda sua estrutura;
Te impuseram outra cultura;
E você não percebeu”.

Nelson Sargento.

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo discutir o conteúdo esporte nas aulas de Educação Física escolar e a influência da Indústria Cultural neste contexto. O futebol como conteúdo das aulas substituindo o conteúdo esporte é a principal questão a ser debatida. A cultura disseminada pela sociedade capitalista foi o foco para promover a argumentação a respeito da alienação sobre os conteúdos da Educação Física, mais especificamente o esporte. A análise epistemológica se deu, a partir, de uma fundamentação nas teorias críticas e por meio de uma pesquisa bibliográfica como metodologia aplicada nesta investigação.

Palavras - chave: Indústria cultural – Educação Física – Esporte.

ABSTRACT

This paper aims to discuss the sport contents in the classes of Physical Education and the influence of culture industry in this context. Football as replacing the content of the lessons sport content is the main issue being debated. The widespread culture by capitalist society was the focus for promoting the argument about the sale of the contents of Physical Education, specifically the sport. The epistemological analysis was from, a grounding in the critical theories and through a literature search methodology as applied in this investigation.

Key - words: Cultural Industry - Fitness - Sport.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. INDÚSTRIA CULTURAL E O PROCESSO DE ALIENAÇÃO NO CONTEÚDO ESPORTE DA EDUCAÇÃO FÍSICA.....	13
3. TRANSFORMAÇÃO HISTÓRICA DO CONTEÚDO ESPORTE DA EDUCAÇÃO FÍSICA: INSTRUMENTOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS PELA INDÚSTRIA CULTURAL	18
4. A INFLUÊNCIA DA MÍDIA TELEVISIVA E O PROFESSOR NAS AULAS DE EDUCAÇÃO FÍSICA.....	31
5. CONCLUSÃO.....	39
REFERÊNCIAS.....	41

1. INTRODUÇÃO

O tema deste trabalho foi a influência que a Indústria cultural exerce sobre o esporte nas aulas de Educação Física. O interesse e a escolha pelo tema de fato se deu a partir do convívio pessoal como atleta de futebol amador e aluno nas aulas de Educação Física escolar.

O futebol está presente de forma familiar. A relação do esporte é marcante pela sua prática dentro e fora do espaço da escola. Na minha família tinham atletas de futebol que vivenciaram o esporte e competições de alto nível no Estado de Mato Grosso do Sul e fora do País. Como integrante de delegações o futebol tem seu entendimento como esporte que visa somente a performance caracterizado como competição. Como atleta o foco eram duas palavras: vencer ou perder.

Em viagens para competições de futebol dentro do Estado de Mato Grosso do Sul como membro de comissão técnica com equipes de veteranos, o futebol está incorporado no estilo de vida para eles. Em momentos de bate papo as opiniões eram iguais e os exemplos eram as aulas de Educação Física escolar. Para todos os jogadores veteranos, o futebol na escola tinha sua reprodução visando apenas à competição com o único objetivo a vitória. Diziam ainda que a própria sociedade incentiva o esporte principalmente o futebol. Como aluno na escola vivenciei também o futebol considerado como único esporte.

Diante dessas experiências e apropriando de conhecimentos no decorrer de minha formação acadêmica, a discussão referente ao tema da Indústria Cultural e as influências que esta exerce na sociedade e na escola me interessou como tema de investigação para o meu trabalho de conclusão de curso, pois vi nesta temática a possibilidade de discorrer sobre um tema que vinha me acompanhando desde outros contextos.

Nesse sentido, a questão que norteou a pesquisa: Qual forma o conteúdo esporte da Educação Física escolar é influenciado pela Indústria Cultural?

O presente trabalho tem como Objetivo geral:

- Discutir o conteúdo esporte nas aulas de Educação Física escolar e a influência da Indústria Cultural nesse contexto.

Assim os Objetivos específicos:

- Apresentar o conceito de Indústria Cultural e seu papel como formadora de opiniões;
- Entender o conceito de esporte;
- Argumentar sobre o esporte televisivo e a ação pedagógica do professor diante de alienação em relação aos seus conteúdos.

A apresentação desta pesquisa é de cunho dialético, com o propósito em compreender o contexto do problema abordado. Segundo Sánchez Gamboa (2008), os tipos de pesquisa se localizam na epistemologia.

Segundo Cruz (2010), a pesquisa bibliográfica é conceitual desenvolvida de material já elaborado através de artigos científicos e livros, a partir, de pressupostos metodológicos de autores reconhecidos pelas suas relevâncias sociais. É inicial para formar o campo de investigação sobre revisão de autores do tema proposto. Entre as suas vantagens estão: fonte estável e confiável dos dados e baixo custo de pesquisa. Esse tipo de pesquisa é fundamental para dar início ao tema proposto. Autores Adorno, Horkheimer e Soares et al., foram os norteadores da pesquisa.

Para corroborar com o diálogo foram apresentados programas esportivos da TV aberta em relação à diferença de tempo dedicado as notícias sobre futebol e outros esportes. Esse comparativo foi possível através da montagem de quadros ilustrativos. O futebol é mais divulgado e esse cenário comparativo foi fundamental para contribuir na discussão sobre o trabalho. Foram escolhidas duas emissoras de TV por possuírem horários esportivos específicos.

O trabalho foi estruturado em três seções. A primeira abordou uma revisão dos conceitos epistemológicos no campo investigado. Apresentamos o conceito de Indústria Cultural que está vinculada e influencia os meios de comunicação, direcionados a toda a sociedade na divulgação de informações cotidianas sobre política, esporte, moda, economia, entre outros. Seu objetivo é industrializar uma forma de cultura para a sociedade em benefício do lucro (COSTA et al., 2003).

A cultural torna-se um produto industrializado e comercializado. Essa padronização é difundida através de consumo de bens e serviços oferecidos, impondo argumentos na conscientização das pessoas criando uma falsa realidade (ADORNO, 2002). Discutimos também a questão da alienação, sendo que o homem acaba praticando ação inconsciente de consumo, tornando-se um ser genérico,

perdendo sua autonomia influenciada pelas necessidades estabelecidas por outros. (MARX, 2004).

Na segunda seção apresentamos o conteúdo esporte e sua transformação histórica no contexto escolar. Discutimos o uso do futebol como único conteúdo que representa o esporte na escola, com isso apresenta-se como um instrumento cultural dos meios de comunicação utilizado pela Indústria Cultural para reproduzir nas aulas de Educação Física uma cultura alienante.

O esporte como conteúdo historicamente construído teve seu período marcante conceituado como sinônimo de desporto (BARROSO, 2006). Neste sentido a Indústria Cultural utiliza a televisão como veículo de comunicação para divulgar o futebol como seu produto.

Na terceira seção a discussão foi feita sobre o esporte espetáculo televisivo como meio de comunicação de massa utilizado pela Indústria Cultural para a sociedade sobre o futebol e a relação do professor nesse processo da influência da mídia nas aulas de Educação Física.

Por fim as considerações finais com sugestões para se trabalhar esses conceitos no processo de ensino aprendizagem e na continuação de novas pesquisas sobre o campo investigado.

¹ Alienação segundo MARX (2004), é um processo de exteriorização de uma essência humana e do não – reconhecimento desta atividade enquanto tal.

2. INDÚSTRIA CULTURAL E O PROCESSO DE ALIENAÇÃO NO CONTEÚDO ESPORTE DA EDUCAÇÃO FÍSICA.

Principais pensadores da escola de Frankfurt Theodor Adorno e Max Horkheimer elaboraram um conceito denominado Indústria Cultural publicado em suas obras. Essa teoria é fortemente presente na sociedade contemporânea. Tem origem no século XX e vem sendo difundida no século XXI (COSTA et al., 2003).

A Indústria Cultural se define por ser um conjunto de meios de comunicação consolidada através de venda de produtos influenciando a prática de consumo. O objetivo da Indústria Cultural é vincular e comercializar um padrão de cultura para a sociedade facilitando e entretendo a população (COSTA et al., 2003).

Os produtos culturais dessa Indústria mais conhecidos e vendidos são a música, a dança, os esportes e a política através de revistas, filmes, jornais, novelas, livros. Toda essa cultura vendida é vinculada pelos meios de comunicação de massa através das propagandas de televisão e rádio com o objetivo em padronizar serviços e notícias de forma tendenciosa manipulando a veracidade de fatos (COSTA et al., 2003).

Nesse sentido, os autores tentam evidenciar o caráter controlador e manipulador do mercado da Indústria Cultural a todos os indivíduos da sociedade em benefício do capital. Essa forma de manipulação é a técnica exercida dos economicamente mais fortes sobre a sociedade (ADORNO, 2002). A Indústria cultural consegue promover a padronização do pensamento e opiniões acerca de um determinado gosto ou preferência pelo consumo.

O monopólio de capital se apropriou dos meios tecnológicos de comunicação e provoca a necessidade de um consumo de bens e serviços para a população.

Horkeimer e Adorno observavam que o grande sucesso desse empreendimento sempre esteve ligado ao fato de que a manipulação das massas não era percebida por elas como tal, mas apenas como o fornecimento dos artigos do entretenimento dos quais elas necessitavam no seu tempo livre, e que seriam consumidos por elas a partir de sua livre escolha. (DUARTE, 2014, p. 29).

O padrão cultural imposto na sociedade é de fato subjetivo, a mercadoria é imposta e consumida sem nenhuma forma de resistência legitimando sua existência

coerciva. De fato a Indústria Cultural tem papel hegemônico na sociedade atual construída historicamente. Para a Indústria Cultural o indivíduo é apenas o consumidor da mercadoria (ADORNO, 2002).

Um termo que se destaca nesta discussão é a chamada alienação, esta é a forma de padronizar e controlar a sociedade. Karl Marx (2004) descreve a alienação da sociedade através do homem que perde a sua consciência deixando de ser dono de si mesmo pertencendo às vontades e dominações de outros. Para Marx (2004), a alienação começa no trabalho e se estende para fora dele, é caracterizada e descrita em diversos sentidos, ela fragmenta a totalidade do homem em relação à existência de si mesmo e do mundo.

A relação com o trabalho, com a religião, a política, o caráter produtivo e o convívio com outros homens apresenta um sentido deturpado sem expressar uma real existência de seu ser. O homem torna-se um ser genérico pelo fato dessa não existência do próprio ser. A alienação presente se transfere para o ambiente fora do trabalho principalmente ao ato de consumo que o próprio homem desenvolve em alusão a se sentir livre a escolha de determinado objeto. Essa sensação de livre escolha nada mais é que a padronização de cultura alienante pela Indústria Cultural (MARX, 2004).

A indústria cultural usa da técnica e dos melhores recursos para envolver o consumidor, levando até eles uma arte mais acessível de conteúdo oco, repetido e muitas vezes abandonado (COSTA et al., 2003.p 08).

Geralmente as áreas habituais da Indústria Cultural estão voltadas para a música, esportes e programas televisivos, através da dominação de técnicas usando os meios de comunicação para provocar a alienação no homem, convencendo o mesmo sobre a modificar seus atos de consumo (COSTA et al., 2003).

A mídia usa de muitas estratégias para influenciar o homem, e o uso da tecnologia nesse aspecto é poderoso. A comunicação é comum a todos, em diversas formas, como na troca de informações em conversas, escritas e simbolismos históricos, porém essa comunicação sofreu uma mudança em sua essência. A Indústria Cultural usa o foco da comunicação para persuadir, inverter, entreter, manipular e formar um padrão de cultura alienante na sociedade, principalmente com uso dos meios tecnológicos surgidos na virada do século XIX

para o século XX visando o lucro na produção e vendas de mercadorias culturais para atingir a supremacia entre os agentes econômicos. (DUARTE, 2014). Os artigos de entretenimento como mercadoria são destinados para formar as massas. A sociedade incorpora um imaginário de consumo através da mídia com sua manipulação. Os padrões corporais sofrem essa grande mudança de comportamento (DUARTE, 2014).

O filme sonoro e a televisão podem criar a ilusão de um mundo que não é o que a nossa consciência espontaneamente pode perceber, mas uma realidade cinematográfica que interessa ao sistema econômico e político no qual se insere a indústria cultural. Pela cultura de massa, o homem é subordinado ao progresso da técnica e esta destrói, fragmenta-o em sua subjetividade para dar lugar à razão instrumental, ou seja, a razão é reduzida a instrumentalidade. (COSTA et al., 2003, p. 03).

Os grandes filmes de Hollywood nas projeções cinematográficas e na democratização no uso da televisão vêm sendo o objeto de meio de comunicação como mercadoria usada pela Indústria Cultural (DUARTE, 2014). Os conteúdos explorados através do cinema e TV são os atributos usuais na manipulação da razão exercida sobre o homem. Tudo se transforma pela Indústria Cultural em artigos de consumo, transformando a cultura em algo negativo. (COSTA et al., 2003).

A Indústria Cultural constitui-se dos diversos ramos da comunicação de massa, que assemelham-se sua estrutura e ajustam-se uns aos outros. Constituem assim, sistema, não havendo lacunas entre eles. Isso se deve tanto aos meios técnicos como, e, sobretudo, concentração econômica e administrativa própria da fase do capitalismo conhecida como capitalismo monopolista (iniciada no século XIX). A grande concentração de capital, o aumento nas escalas de produção e uma maior sofisticação técnica caracterizam as mudanças no processo industrial na fase monopolista, tais mudanças penetram também na esfera cultural (MOREIRA, 1993, p. 06).

Na esfera da cultura tem a predominância da Indústria Cultural. O próprio nome já refere a esse conceito. Toda classe social é conhecida por sua cultura, seja ela popular ou elitizada. A Indústria Cultural designa fazer uma forma de cultura para todas as classes através de produções artísticas com o único objetivo econômico na venda de produtos para obtenção do lucro (ADORNO, 2002).

Os produtos da Indústria Cultural adaptados ao consumo das massas e, em grande medida, determinam esse consumo. Sua força é cada vez mais acentuada pelas mudanças sociológicas do público. Extratos da população antes não familiarizados com a "arte" passaram a ser consumidores culturais (MOREIRA, 1993, p. 07).

A Indústria Cultural consegue envolver todos os sujeitos da sociedade. É inevitável o poder de persuasão que ela consegue desenvolver e vincular seus produtos. A propagação no uso da informação chega a todos e cada vez mais rápido para um maior consumo pela população.

A Indústria Cultural surge, então, como uma integração deliberada de seus consumidores, a partir do alto. O consumidor é objeto, e não o sujeito dessa indústria. E quanto mais incapaz de expressão e difuso parece ser o público dos meios modernos de massa, tanto mais esses meios tendem a alcançar sua integração. Na verdade a própria Indústria Cultural trata de estabelecer os vínculos de sociabilidade, definindo as formas de relação entre os indivíduos e impondo regras de comportamento social (MOREIRA, 1993, p.07).

O papel da Indústria Cultural é a venda de uma cultura moldada fazendo com que a população sinta a necessidade de consumir essa mercadoria idealizada. Ela define qual tipo de arte pode ser consumida pelo público. Esse processo de convencimento de ações torna o homem alienado, ou seja, a mercadoria é aceita por estar acessível ao seu conteúdo. Esse é processo de consumo onde as necessidades são artificialmente estimuladas, através dos meios de comunicação de massa, levando os indivíduos a consumirem de maneira alienada (MARX, 2004).

Segundo Adorno, o objetivo último da Indústria Cultural resume-se na dependência e servidão dos homens. "O sistema da Indústria Cultural reorienta as massas, não permite quase a evasão e impõe sem cessar os esquemas de seu comportamento (MOREIRA, 1993, p. 08).

Como mercadoria de cultura o esporte é bem vislumbrado pela Indústria Cultural. A Indústria Cultural no Brasil se consolidou como mercado de bens culturais. A televisão é o veículo de comunicação de massa nesse contexto. Considera ser um sistema informativo vinculado a códigos de economia de mercado, avanço e crescimento tecnológico (MOREIRA, 1993).

A maior influência da televisão de satélite dá-se na cultura. Enquanto antigamente eram precisas décadas ou séculos para uma cultura penetrar em outra, a televisão hoje espalha imagens duradouras em questão de segundos. Os efeitos culturais, políticos e econômicos desta revolução global são enormes. Hoje está claro que a televisão não é apenas uma testemunha da história; a televisão é a própria forma como as pessoas experimentam a história (MOREIRA, 1993, p. 29).

Referindo a da televisão como instrumento ideológico da Indústria Cultural como veículo de comunicação de maior poder no mundo moderno, o esporte neste sentido torna-se o objeto de dominação que a mídia tenta evidenciar e controlar. Como conteúdo da Educação Física o esporte é identificado e transmitido pela mídia de forma espetacularizado e principalmente o seu contexto de competição é massificado.

A reprodução demasiada foca o sentido de competição e a televisão fomenta esse processo. A resistência pela apropriação do esporte como competição pela cultura de massa é grande dentro da escola e a aula de Educação Física apresenta o palco de reprodução dessa prática. Como o esporte é o conteúdo da Educação Física, as influências ideológicas sempre estarão presentes no processo de ensino aprendizagem, e cabe ao professor trabalhar com essa perspectiva.

No contexto escolar a preferência pelo futebol é grande. Os clubes e ídolos provocam o deslumbramento nos alunos através da prática na reprodução do jogo. O futebol de rendimento, as propagandas e a promessa de falsa realidade na busca pelo objetivo que todos serão jogadores de futebol e o fato da ascensão social, são alguns dos instrumentos que a Indústria Cultural usa demasiadamente para alienar o indivíduo, modelando uma cultura denominada esportiva. Surge então a necessidade em entender o esporte como conteúdo estruturante no processo de ensino aprendizagem e a influência cultural e contemporânea que o futebol transmite para a sociedade. O professor deve apropriar desse conhecimento e sistematizar o conteúdo por ser o sujeito capaz de formar e transformar opiniões dentro do espaço escolar.

3. TRANSFORMAÇÃO HISTÓRICA DO CONTEÚDO ESPORTE DA EDUCAÇÃO FÍSICA: INSTRUMENTOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS PELA INDÚSTRIA CULTURAL.

A cultura esportiva faz parte da mercadoria cultural. O futebol é a principal fonte ideológica de manipulação do esporte no Brasil. A mídia explora o conteúdo do esporte através dos meios de comunicação, e a televisão é o principal veículo utilizado. Cria-se uma identidade nacional de cultura, ou seja, o futebol faz parte da vida do brasileiro, pois é o esporte mais difundido socialmente em todo país.

A mídia trabalha com o futebol das mais variadas formas. Ela explora o futebol como a sua maior fonte de renda. Os espaços publicitários das partidas do Campeonato Brasileiro transmitido pela televisão valem milhões, representando cifras significativas, tanto para os clubes quanto para os meios de comunicação. (SANFELICE, 2015 p. 02).

O objetivo de vincular o futebol com a mídia é o lucro. As transmissões de programas esportivos pela TV aberta geralmente são em horários acessíveis para toda a população. Na programação semanal tem o espaço específico para o esporte. Os horários são exclusivos principalmente para o jogo de futebol. Os tempos das reportagens são claramente dominantes para a modalidade com o mínimo de tempo para outros tipos de esportes. Toda essa massificação é claramente para atender as demandas de mercado. Cria-se um espetáculo, pois a mídia usa o futebol para propagar suas informações na sociedade (SANFELICE, 2015).

O futebol realmente é o interesse que os meios de comunicação se utilizam para influenciar os campos sociais (SANFELICE, 2015). A escola é um campo social muito afetada pela mídia, mas precisamente nas aulas de Educação Física. A influência é muito grande, os alunos levam para a sala de aula a padronização feita pela Indústria Cultural. O imaginário é o instrumento forte que a mídia fomenta para induzir os adolescentes, principalmente aqueles que não detêm de uma boa vida financeira familiar.

O futebol profissional iniciou-se como um esporte das classes populares, sendo praticado apenas como lazer pela elite, a qual desprezava o profissionalismo. Essa configuração se manteve por

muito tempo, tendo os principais ídolos com história de pobreza na infância, alcançando a riqueza através do futebol. Muitos meninos de família pertencente ao estrato operário se identificavam com as histórias desses ídolos, na esperança de um dia poderem alcançar o mesmo feito. Mesmo nos dias atuais tendo esse cenário modificado, com muitos ídolos provenientes da classe média, diversos adolescentes ainda possuem uma esperança de serem jogadores de futebol. (ANJOS et al., 2010, p. 03).

No processo de ensino aprendizagem é fato encontrar esses alunos que têm em seus imaginários a ilusão do futebol como transformador social e salvação financeira. Os exemplos mostrados sempre são os mesmos e iguais, expondo a história de um jogador famoso que transformou sua vida através do futebol.

A mídia é um forte fator na influencia do imaginário dos adolescentes, focalizando apenas seus pontos positivos, desprezando a realidade da maioria dos jogadores. Através da mídia é mostrado um mundo de fantasia que permeia o futebol. Os exemplos podem mostrar o modo de representação ao contar as histórias de vida de alguns jogadores pertencentes a famílias do estrato operário e que com o futebol conseguiram mudar de posição social, porém essa mesma mídia não mostra que são poucos os casos como estes e que até conseguirem chegar onde estão hoje, foram muitas as batalhas e dificuldades enfrentadas. (ANJOS et al., 2010, p. 04).

Os ídolos no futebol também são os destaques nessa relação do imaginário dos alunos com o futebol. Os veículos de comunicação, por exemplo, a mídia televisiva idealiza modelos de sucesso.

A mídia também é responsável por criar ídolos. Dessa forma, os adolescentes, por meio dos veículos de comunicação, têm acesso instantâneo a tudo que acontece, particularmente, o que abrange o mundo esportivo, leia-se futebol. É comum jogadores que residem na Europa serem citados pelos jovens brasileiros. Esses jogadores servem de motivação para que os adolescentes continuem a buscar o futebol como profissão. Nesse sentido, a *referência* funciona como modelo criando atitudes, comportamentos, tendo a imagem como produto que necessita ser consumido e, a partir da imagem, serão estabelecidas pelos futuros profissionais algumas metas na carreira. É o exemplo a ser seguido e por isso serve de elemento motivador para sempre melhorar o desempenho. (ANJOS et al., 2010, p. 03).

Toda essa influência midiática sobre o futebol tem sido o fator determinante para que o professor de Educação Física possa desmistificar esse imaginário dos

alunos. Como papel fundamental na formação histórica do ser humano a Educação Física neste contexto deve abordar perspectivas críticas no processo de ensino aprendizagem (ANJOS, 2010).

A pedagogia histórico-crítica é a perspectiva didática de ensino que fundamenta a metodologia de ensino da Educação Física que entendemos poder fazer a discussão crítica sobre o tema da esportivização do futebol no contexto escolar e a questão da influência midiática.

O processo da teoria histórico crítica começa da prática social inicial do conteúdo, onde toma como ponto de partida que os alunos já possuem conhecimento sobre determinado assunto e que os mesmos sejam capazes de associar o conteúdo com o seu cotidiano.

Após esse primeiro contato é fundamental problematizar o conteúdo considerando a participação de todos. A problematização deve discernir os questionamentos que por ventura irão surgir nas aulas.

Na instrumentalização o conhecimento científico é elaborado e sistematizado através da transmissão e assimilação do conhecimento. Tem esse sentido de instrumentalizar as relações sociais capazes de entender e equacionar os problemas detectados sobre a realidade dos alunos.

A catarse que é o momento de associação do conhecimento elaborado entre professor e aluno no entendimento de atingir uma nova prática social. E a prática social final que identifica que o aluno se apropriou de novos conhecimentos. Essa perspectiva de ensino possibilita aos alunos saírem do senso comum e adentrarem para um campo científico de conhecimento. O conhecimento historicamente acumulado deve ser sistematizado no processo de ensino aprendizagem (SAVIANI, 2008).

A proposta crítico-superadora na Educação Física, parte de uma análise das estruturas de poder e dominação constituídas em nossa sociedade, buscando trabalhar a Educação Física com o conceito de Cultura Corporal. Essa perspectiva de metodologia é difundida por SOARES et al.,(1992) reunião de 06 (seis) professores que escreveram o livro pensando nas condições reais que os professores de Educação Física enfrentam no processo de transmissão de conhecimento no ambiente escolar. A cultura corporal nessa perspectiva engloba

todos os conteúdos relacionados à prática pedagógica da Educação Física como área de atuação.

A Educação Física engloba os conteúdos sistematizados que a compõe, através de informações e conhecimentos. Segundo (DARIDO, 2001) a base objetiva da instrução-conhecimento sistematizado e habilidades no processo de ensino aprendizagem contemplam a formação de conteúdos.

Para que aconteça o processo de ensino aprendizagem é fundamental a aquisição do alicerce delineador de pensamentos e objetivos caracterizados pelos conteúdos.

Desta forma, quando nos referimos aos conteúdos estamos englobando conceitos, idéias, fatos, processos, princípios, leis científicas, regras, habilidades cognitivas, modos de atividade, métodos de compreensão e aplicação, hábitos de estudos, de trabalho, de lazer e de convivência social, valores, convicções e atitudes. (DARIDO, 2001, p. 5 e 6).

Todo conteúdo pode ser sistematizado e construído para argumentar sobre pensamentos com objetivos na sustentação de legitimar idéias em um ou vários campos de atuação. Na Educação Física não é diferente. Os conteúdos que a compõem no âmbito escolar sofreram diversas influências históricas.

Os conteúdos escolares não existiam na sua forma atual, eles têm um caráter histórico, eles vão sendo elaborados e reelaborados conforme as necessidades de cada época e dos interesses sociais vigentes. (DARIDO, 2001, p. 7).

O esporte como conteúdo da Educação Física sofreu diversas transformações dentro do sistema escolar. Com o fim da ditadura nos anos 60 o esporte teve um caráter de instituição esportiva com objetivo em auto rendimento de atleta, visando à competição, e o sucesso da busca pela vitória. O desporto era o grande foco. Os princípios de racionalidade, eficiência e produtividade são marcantes nesse processo epistemológico do esporte dentro da Educação Física escolar. (SOARES et al., 1992). A busca pela técnica era o foco nesse período.

O esporte em si ganhou conceito e foi denominado como sinônimo de Educação Física escolar. O objetivo era obter aptidão física formar talentos esportivos. (BARROSO, 2006).

Desta forma, o esporte nas aulas de Educação Física, que tinha a característica de ser um conteúdo também informal, com possibilidades de alterações nas regras, apresentando aspectos cooperativos além dos competitivos e oferecendo situações de resolução de problemas por parte dos alunos, passa a ter uma grande rigidez na sua formalidade, com regras normatizadas, controle exclusivo do professor para resolução de problemas e direcionando-se para a necessidade da competição, portanto passando a apresentar claramente como principal meta o rendimento. (BARROSO, 2006, p. 104).

O esporte é uma produção cultural histórica na sociedade. O seu conteúdo foi claramente ao longo do tempo marcado como meta de rendimento no processo de ensino aprendizagem no interior escolar. A propósito o esporte é de macro conhecimento e pode ser interpretado, justificado e relatado em todos os espaços da sociedade, mas o foco é entender a relação dentro do ambiente escolar, precisamente nas aulas de Educação Física, onde o esporte é um conteúdo estruturante legítimo e sistematizado no processo de ensino aprendizagem.

Determinados períodos são marcantes pelo contexto que representa. De fato o marco da instituição esportiva foi fundamental para entender um conceito de esporte ainda enraizado na sociedade e principalmente difundido de fora para dentro da escola.

[...] os pressupostos para o aprendizado do esporte, tais como o domínio dos elementos técnico-táticos e as condições fisiológicas para a sua prática, demonstram claramente que a finalidade a ele atribuída é somente a vitória na competição, colocando-o como fim em si mesmo. (SOARES et al., 1992, p. 49).

É importante entender essa relação histórica, pois a influência é grande principalmente nos jovens que ao adentrarem o espaço escolar nas aulas de Educação Física trazem consigo o entendimento de esporte como desporto. O esporte deve ser direcionado de forma crítica para que os alunos possam entender a sua totalidade. Podemos considerar o esporte como fenômeno social, pois possuem várias manifestações e abordagens políticas e econômicas que a compõe. Ao trabalhar o conteúdo esporte nas aulas de Educação Física deve-se entender o determinante social e histórico que o constituiu com o intuito de viabilizar possibilidades de criação e recriação de uma prática corporal. (PARANÁ, 2008).

Se aceitamos o esporte como fenômeno social, tema da cultura corporal, precisamos questionar suas normas, suas condições de

adaptação à realidade social e cultural da comunidade que o pratica, cria e recria. (SOARES et al.,1992, p. 49).

O professor deve orientar a compreensão, promovendo valores morais e coletivos com os alunos. O entendimento crítico é a peça fundamental para desmistificar as relações sociais do esporte. Na escola o esporte é trabalhado no processo de ensino aprendizagem, mas o que se vê e o que se considera é a sua reprodução esportiva. Na maioria das vezes a técnica já é incorporada pelos alunos. Nas aulas de Educação Física o jogo é apenas reproduzido sem nenhuma intervenção pedagógica. A cultura corporal é claramente vista no ato do jogo pelos alunos através da influencia da mídia (SOARES et al., 1992).

Para uma análise crítica dessa concepção das práticas corporais, diversos veículos de comunicação podem servir de referência, quais sejam: programas esportivos de rádio e televisão, artigos de jornais, revistas, filmes, documentários, entre outros. Em vários momentos da grade de programação das empresas de telecomunicação, evidencia-se a promoção de inúmeras marcas esportivas. Isso provoca, na escola, importantes conseqüências para as práticas corporais, pois os alunos acabam absorvendo estas informações, configurando-se num sonho: tornarem-se iguais aos esportistas mais conhecidos. (PARANÁ, Diretrizes Curriculares, 2008, p. 61).

A mídia está presente na vida das pessoas. A comunicação é a ferramenta onde os instrumentos tecnológicos levam informações não claras e concisas dificultando a possibilidade de reflexão das notícias. (PARANÁ, 2008). Os alunos absorvam esses dados acessados e obtidos e transferem para seu comportamento dentro do espaço escolar. Muitos querem se tornar um jogador famoso e acabam se vestindo de acordo com o ídolo e o mundo futebolístico milionário e promissor fazem a cabeça desses adolescentes de forma subjetiva.

O sonho em se tornarem um dia um ídolo, jogar em uma grande equipe internacional é a façanha que a mídia consegue introduzir ideologicamente através do futebol. As aulas de Educação Física é o espaço evidente desta reprodução corporal. O maior meio de comunicação evidente são os programas esportivos da TV aberta. O tempo de exibição é maior em uma reportagem em relação a outros esportes.

Podemos considerar as emissoras: Rede Globo e Bandeirantes que detém transmissões televisivas acessíveis a toda população. Os programas esportivos

investigados apresentaram reportagens demasiadamente sobre o futebol, considerando o mínimo de tempo para outros esportes. O tempo cronológico é voltado para a modalidade esportiva que a mídia quer exibir e entreter o telespectador. A grade de programação das retransmissoras locais no Estado de Mato Grosso do Sul segue um padrão semanal de horário com algumas alterações observadas.

TV Aberta – Programação semanal			
Dias da semana	Programa esportivo	Emissora	Horário
2ª feira	Jogo Aberto	TV Guanandi (Band)	10h05min às 11h30min
	Globo esporte	TV Morena (Globo)	12h47min às 13h20min
3ª feira	Jogo Aberto	TV Guanandi (Band)	10h05min às 11h30min
	Globo esporte	TV Morena (Globo)	12h47min às 13h20min
4ª feira	Jogo Aberto	TV Guanandi (Band)	10h05min às 11h30min
	Globo esporte	TV Morena (Globo)	12h47min às 13h20min
	Corujão do esporte	TV Morena (Globo)	01h16min às 2h01min
5ª feira	Jogo Aberto	TV Guanandi (Band)	10h05min às 11h30min
	Globo esporte	TV Morena (Globo)	12h47min às 13h20min
6ª feira	Jogo Aberto	TV Guanandi (Band)	10h05min às 11h30min
	Globo esporte	TV Morena (Globo)	12h47min às 13h20min
Sábado	Morena esporte	TV Morena (Globo)	10h56min às 11h34min
	Globo esporte	TV Morena (Globo)	12h55min às 13h05min
Domingo	Esporte Espetacular	TV Morena (Globo)	09h00min às 10h43min
	Gol, o grande momento do futebol	TV Guanandi (Band)	14h00min às 14h28min
	Jogo Aberto	TV Guanandi (Band)	17h10min às 19h25min

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Na TV Guanandi afiliada a Rede Bandeirantes de Televisão no Estado de Mato Grosso do Sul, transmite em UHF a programação local e Nacional. Nos programas esportivos observados, o futebol é o foco central da discussão semanal com raros momentos de comentários sobre outras modalidades esportivas. Os

programas esportivos remetem a idéia de futebol pelos próprios nomes que os definem.

O programa “Jogo Aberto” transmite de segunda à sexta, jogos da rodada do futebol. O espaço é marcado por acontecimentos especialmente de clubes paulistas. Os programas “Gol, o grande momento do futebol” e “Terceiro tempo” já remetem a idéia de notícias sobre o mundo do futebol. O gol tem a relação do objetivo principal do jogo e o terceiro tempo como continuação cronológica de uma partida de futebol. Geralmente esses programas têm duração superior a 30 minutos de exibição e atingem elevados pontos de audiência. Em geral a TV é o principal veículo de comunicação de massa esportiva acessível a toda população.

Já a Rede Globo de televisão tem a hegemonia televisiva aberta em destaque. Sua transmissão em VHF pelas emissoras regionais por todos os Estados Brasileiros garante sua supremacia. O seu acesso é fácil, basta um televisor antigo conectado a qualquer cabo sintoniza em seu canal. No Estado de Mato Grosso do Sul sua retransmissão é feita pela TV Morena, onde os programas esportivos em destaque são: Globo Esporte (edição regional e nacional), Corujão do Esporte, Morena Esporte (edição regional) e Esporte Espetacular. O futebol é o esporte mais comentado e explorado como notícia. É importante destacar que além dos programas específicos de esporte, outros programas também fazem chamadas referentes ao futebol, como telejornais e programas de auditório. Sem contar que por vezes a programação do canal é alterada por conta dos jogos. Como investigação, os programas foram observados na íntegra, assistidos nos horários da programação vigente de retransmissão da emissora filiada.

Globo Esporte – TV Morena	
13/04/2015	
Esportes	Notícias/ comentários
Futebol regional	Campeonato Sulmatogrossense – Série A
Bloco Nacional	
Futebol	Semifinais: Campeonato Carioca - STJD e FERJ
Vôlei	Superliga
Futebol	Campeonatos: Paulista/Mineiro/Copa do Nordeste

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Globo Esporte – TV Morena	
14/04/2015	
Esportes	Notícias/ comentários
Futebol regional	Campeonato Sulmatogrossense – Série A
Bloco Nacional	
Futebol	Jogos da rodada e arbitragem, mercado de bola
Futebol	Liga dos Campeões – Entrevista com jogador
Futsal	Liga Brasileira de Futsal
Tênis e basquete	Jogos da rodada e curiosidades
Futebol	Flamengo – Esquema tático, declarações e técnico
Futebol	Curiosidades, notícias e Estaduais pelo Brasil
Encerramento do programa	

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Globo Esporte – TV Morena	
15/04/2015	
Esportes	Notícias/ comentários
Futebol regional	Campeonato Sulmatogrossense – Série A
Bloco Nacional	
Futebol	Campeonato Carioca – Fla x Flu
Futebol	Entrevista com jogador Sidoorf.
Futebol	Campeonato Carioca – Vasco x Botafogo
Basquete	NBB – Novo Basquete Brasil
Futebol	Liga dos Campeões e Campeonato Carioca
Encerramento do programa.	

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Globo Esporte – TV Morena	
16/04/2015	
Esportes	Notícias/ comentários
Futebol regional	Futsal – Taça Brasil Copa do Brasil – Cene x Sport Recife
Bloco Nacional	
Futebol	Liga dos Campeões, Libertadores
Surf e basquete	Mundial de Surf e NBB
Futebol	CBF, Campeonato Carioca e Copa do Brasil
Atletismo	Bolt contra o tempo
Encerramento do programa.	

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Globo Esporte – TV Morena 17/04/2015	
Esportes	Notícias/ comentários
Futebol regional	Futsal – Taça Brasil e Estadual – Série A
Bloco Nacional	
Futebol	Campeonato Carioca, CBF e Libertadores
F1	Corrida de F1
Futebol	Campeonato Carioca
Futebol	Hollywood - História do Futebol olímpico brasileiro
Encerramento do programa.	

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Morena Esporte – TV Morena (programa esportivo regional)	
18/04/2015	
<i>Esportes</i>	<i>Notícias/ comentários</i>
Futebol	Campeonato Sulmatogrossense – Série A
Canoagem/ Bocha	Paratletas estaduais
Futebol	Semifinalistas do campeonato
Futsal	Taça Brasil
Canoagem/ Bocha	Paratletas estaduais
Futsal	Taça Brasil
Futebol	Destaques do estadual e mágico do placar
Futsal	Taça Brasil
Encerramento do programa	

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Globo Esporte – TV Morena	
18/04/2015	
<i>Esportes</i>	<i>Notícias/ comentários</i>
Futebol regional	Campeonato Sulmatogrossense – Série A
Bloco Nacional	
Atletismo	Bolt contra o tempo
Spoler	Esporte Espetacular de Domingo – futebol
Basquete e Surf	NBB e Mundial de Surf
Futebol	Campeonato Carioca.
Encerramento do programa	

Fonte: Elaborado pelo próprio

Esporte Espectacular – TV Morena (Nacional)	
19/04/2015	
Esportes	Notícias/ comentários
Atletismo	Olimpíadas
Futebol	Campeonatos Estaduais
Treinamento funcional	Quadro: Mamãe Gentil
Futebol	Lances e rodadas do dia
Atletismo	Bolt contra o tempo e paraolimpíada
Futebol	Estaduais de todo Brasil
Atletismo	Corrida feminina
Vôlei	Superliga
Atletismo	Corredores e Olimpíadas
Futebol	Clássico mineiro
Futebol	Torcidas organizadas
Atletismo	Bolt contra o tempo
Encerramento do programa.	

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

A TV como veículo de comunicação fomenta essa perspectiva de informação, uma vez que cria e reproduz opiniões sobre os telespectadores, e os mesmos, compartilham suas idéias com os demais na sociedade. Este conhecimento é massificado nas relações sociais. As reportagens televisivas detêm de estruturas complexas através de bases tecnológicas construídas historicamente no envio de informações. Os seus artifícios para entreter a população são gigantescos com auxílio de outros dispositivos que a compõe e ultrapassa a barreira da televisão.

Sob o aspecto da base tecnológica do modelo de Indústria Cultural criticado por Horkheimer e Adorno, observa-se que o binômio cinema/rádio (ambos auxiliados por magazines e folhetins) deu lugar a uma estrutura mais complexa, que incorporou a televisão (preto-e-branco, depois colorida) que chegou ser mencionada pelos autores, depois os sistemas de vídeo analógico e domésticos (VHS), e mais recentes os dispositivos digitais, como DVDs e Blu Rays, sem falar

nos sistemas de compressão de vídeos que facilitaram o chamado vídeo streaming (transmissão de conteúdos audiovisuais que podem ser assistidos em dispositivos como computadores e televisões digitais, em tempo real), só pra citar alguns exemplos. (DUARTE, 2014, p. 37).

Tudo que a televisão produz, a reprodução é feita por feedback através do auxílio de outros dispositivos tecnológicos na propagação da informação (DUARTE, 2014). O avanço tecnológico é visível, e a Indústria Cultural promove o uso da televisão como instrumento na elaboração de estratégias de mercado para divulgação de informações.

O futebol é o anseio principalmente dos meninos em reproduzirem o jogo. O ídolo, jogador tido como mágico que joga o “futebol arte” é o fascínio de todo jovem. Os alunos se motivam nessa relação utópica de status social. A moda futebolística é aceita pelo corte de cabelo, vestimenta e comportamento que eles levam sobre o esporte nas aulas de Educação Física. De fato a televisão veículo de comunicação como base tecnológica e o auxílio de outros dispositivos audiovisuais, são os instrumentos que a Indústria Cultural consegue influenciar o futebol como conteúdo nas aulas de Educação Física.

O modo de ver o futebol modificou-se bruscamente com o advento posterior das transmissões televisivas. A imagem do futebol torna-se mais perto. Os ídolos ficam mais próximos. A um “clique” de distância dos telespectadores. (ESCHER, 2007, p. 41).

O contexto histórico é determinante principalmente no aspecto político do esporte que usa e oportuniza o acesso a transmissão de TV para difundir o ideário do futebol para a vida do povo brasileiro. O mundo da bola é enraizado e enquadrado no costume do povo, onde o saber é construído sobre as regras, estrutura de campeonatos, rodada de jogos na semana e movimentações do mercado na compra de jogadores. Tal fato é permanente e difundido pela Indústria Cultural na criação do mundo futebolístico como produto.

4. A INFLUÊNCIA DA MÍDIA TELEVISIVA E O PROFESSOR NAS AULAS DE EDUCAÇÃO FÍSICA.

O esporte vem sofrendo diversas mudanças em toda sua história, a mídia transforma a maneira de como o próprio esporte é apropriado pelo homem. A sua reprodução nas aulas de Educação Física é o grande desafio do professor em sistematizar o esporte como conteúdo.

Consideramos inicialmente: o próprio esporte mudou. Por outro lado, o uso do esporte pela mídia provoca um impacto sobre a maneira como nós percebemos e praticamos esporte e, portanto, deve provocar um impacto sobre a Educação Física, entendida esta como uma prática educativa, no sentido lato, ao colocar em xeque valores e finalidades consolidadas na área. (BETTI, 1997, p. 01).

Os meios de comunicação principalmente à televisão fomentam o ideal de mercado da Indústria Cultural.

[...] hoje, somos todos consumidores potenciais do esporte-espetáculo, como telespectadores ou torcedores nos estádios e quadras; a proliferação de academias de ginástica e "escolinhas" de esportes atende às camadas média e alta, centros esportivos e de lazer públicos oferecem, embora de maneira ainda insatisfatória, programas de práticas corporais à população de modo geral. (BETTI, 1997, p. 12).

Em consonância aos relatos de Betti, partimos para entender a espetacularização do esporte como conteúdo da Educação Física. ESCHER 2007, em sua dissertação, afirma que o futebol está relacionado aos telespectadores. Desde sua origem, a “esportivação” do futebol tem a necessidade em sua finalidade o coletivo para que sua prática possa ser desenvolvida. Houve uma ampla aceitação do futebol pelo mundo, e essa magnitude conclui que o futebol tem a sua prática voltada ao telespectador.

O futebol é consolidado e popularizado de forma universal para todas as camadas sociais por interesses financeiros. O espetáculo faz parte desse processo. O esporte é considerado espetáculo através de ações de mercados na

profissionalização de atletas, criação de competições e reprodução através dos meios de comunicação. (PRONI, 1998).

O marketing esportivo foi sendo explorado como forma de utilizar o futebol como instrumentos para publicidades de empresas. O uniforme dos clubes torna-se a forma mais viável de divulgação das marcas dos patrocinadores.

Alguns canais de televisão, constatando que a publicidade nas transmissões ao vivo se tornava mais requisitada, aos poucos se transformaram nos principais incentivadores do marketing esportivo. A cobertura de eventos e os programas de entrevistas passaram a ser desejados não só porque serviam de vitrine para valorizar o "passe" dos atletas, mas também porque podiam ajudar a obter contratos de patrocínio. (PRONI, 1998, p. 212).

A televisão é o grande instrumento no vínculo ideológico na dominação de mercado. Através da sua representação midiática sobre o futebol, consegue criar um mundo esportivo que beneficia o lucro dos agentes envolvidos, sendo eles, os clubes de futebol, as empresas patrocinadoras, as federações e confederações do esporte. Cria-se um cenário esportivo para consumo do futebol pela população. Não é mais possível referir-se ao esporte contemporâneo sem associá-lo aos meios de comunicação de massa, ou seja, a mídia (BETTI, 1997).

O desenvolvimento das funções políticas e econômicas do esporte é intensificado pela reportagem esportiva. É por meio da popularidade dos astros esportivos, da constante recepção de informações e imagens sobre o esporte, e da combinação do sucesso com a imagem do produto, que o esporte torna-se interessante para a indústria. (BETTI, 1997, p. 34).

O comportamento que a televisão exerce sobre o futebol é intenso. A todo o momento aparecem reportagens em alusão ao futebol. O cenário é marcado pela presença constante de propagandas que conseguem moldar um comportamento sobre o telespectador através dos horários das transmissões dos jogos, criando hábitos esportivos para que a pessoa possa se apropriar da cultura que foi exercida sobre ela. A própria mídia que oferece o conteúdo esportivo também a manipula de acordo com seu interesse. Todos os acontecimentos de um jogo sejam em relação à arbitragem, jogadores, comissão técnica e patrocinadores podem ser modificados

pela imprensa e repassados para os telespectadores. Não há uma reportagem que não sofra modificações. Podemos considerar que o esporte espetáculo é a forma assumida nesse contexto para designar o futebol como esporte na nossa sociedade (BETTI, 1997). A televisão consegue atingir seu objetivo em formar telespectadores garantindo em contra partida o lucro através de contratos na prestação de serviços de interesses financeiros.

A televisão modificou a audiência do esporte em todo mundo, e forçou-o a um papel de dependência, á medida que o tornou menos capaz de subsistir com espectadores ao vivo, dependendo do patrocínio resultante das transmissões televisivas (BETTI, 1997, p. 34).

O fácil acesso a uma partida de futebol principalmente por uma emissora de TV aberta sem custos torna-se acessível ao espectador. A distância da partida do seu time de coração é sanada pelo jogo que está sendo visto na tela da TV. Todos os bastidores sobre os times, a escalações de jogadores, arbitragens e curiosidades são mostrados e descritos para que nenhum lance possa ser perdido. As transmissões ao vivo é o principal instrumento que vincula essas ações. A um clique é possível trocar de jogo que acontece em regiões diferentes. Tudo é instantâneo possuindo ação e velocidade nessa linguagem televisiva (BETTI, 1997).

Para a televisão, importa tanto a **forma** de mostrar o esporte, como seu **conteúdo**. Uma conseqüência imediata é a fragmentação e a distorção do fenômeno esportivo, pois a televisão seleciona imagens esportivas, e as interpreta para nós, propõe um certo "modelo" do que é "esporte" e "ser esportista". Mas, sobretudo, fornece ao telespectador a ilusão de estar em contato perceptivo direto com a realidade, "*como se estivesse olhando através de uma janela de vidro*" (BETTI, 1997, p 37).

O próprio telespectador tem a idéia de ser integrante das ações que estão ocorrendo capaz de tornar para si um sujeito participante na transmissão. A janela de vidro é a porta de acesso para essa falsa realidade de integrante presente nos acontecimentos visualizados na tela da TV.

Embora a mídia afirme apresentar os eventos esportivos objetivamente, alegando reproduzir a realidade, a fase de produção,

antes que o programa alcance o telespectador, envolve uma considerável construção seletiva e interpretação (BETTI, 1997, p. 38).

A televisão modifica a sua transmissão para a população. Existe uma produção de convencimento visual ao telespectador, e consegue apenas visualizar o que a câmera mostra (BETTI, 1997). A reprodução é marcante pelo telespectador que se apropria das informações adquiridas pela televisão. As suas emoções são afloradas, capaz de disseminar seus pensamentos e opiniões formados por uma base televisiva. O seu comportamento é padronizado, ou seja, culturalmente difundido pelo veículo de comunicação contemporânea que é a televisão. Os artifícios mais usados pela mídia para a ampla divulgação e comercialização do esporte, são as repetições de jogadas e criação de debates considerados em análise para solucionar uma determinada ação. O telespectador está inserido neste contexto como agente ativo e interativo.

A transmissão televisiva propõe uma nova visão do evento esportivo: a repetição obsessiva dos lances mais violentos ou espetaculares, o fanatismo da torcida, a euforia da vitória, etc. Isso facilita muito a comercialização do esporte, pois permite a ênfase em tudo o que mais interessa aos investidores, e produz uma visão artificial do esporte, em combinação com uma linguagem "guerreira", amplificando o falso drama que se vive no campo e nas quadras (BETTI, 1997, p.39).

O estímulo influenciado pela televisão sobre o esporte relaciona o consumo aos produtos esportivos (BETTI, 1997). O futebol é o esporte que mais influencia o comércio, de forma que associa a venda de seus produtos a grandes marcas de empresas multinacionais. A grande demanda de comerciais novos é percebida na televisão, principalmente em intervalos de programas ou jogos de futebol. Geralmente os produtos de vestimenta são os mais assediados para consumo. O uniforme dos clubes, a chuteira e a bola de determinada marca são preferidos, pois está em constante vitrine dos melhores campeonatos expressivos, considerados a melhor marca patrocinadora do evento. A televisão é o meio de comunicação vigente para a ampla divulgação das empresas usando o futebol como modelo de representação.

A televisão torna-se então parte integrante da organização do futebol, não só pela dependência dos clubes à cota financeira televisiva, mas também na própria dinâmica do jogo ou do campeonato, com as imagens televisivas contribuindo em seu desenvolvimento. A lógica do telespetáculo, da realidade transformada em virtude das transmissões televisivas, nunca esteve tão presente. (ESCHER, 2007, p. 58).

Percebemos que a televisão é o grande veículo de comunicação utilizada pela Indústria Cultural no processo de manipulação das massas através do futebol. A organização do telespetáculo apresenta métodos para entreter a população. O uso dos clubes, das torcidas, dos jogadores, campeonatos nacionais e internacionais traduz a forma de divulgar o futebol. A televisão torna-se o componente essencial na função conservadora e alienante dirigindo e cercando a consciência das pessoas para reprodução da cultura como mercadoria em benefício ao capital. (BETTI, 1997). A forma de divulgação do futebol pela TV é repleta de paradigmas conseguindo despertar pensamentos inconscientes no telespectador, reproduzindo comportamentos ideológicos de acordo com seus interesses. A relação do esporte e da televisão vem alterando a maneira de como praticamos e percebemos o esporte (BETTI, 1997). O futebol é o esporte que vem mais sendo modificado, e essa transformação é levado para dentro das aulas de Educação Física.

Como a Educação Física possui o esporte como seu conteúdo, os alunos associam a aula com a prática do futebol, a influência da mídia fomenta e impõe uma necessidade de praticar o futebol. Por um lado os alunos querem apenas a prática do futebol e do outro o professor tenta transmitir um conteúdo mais sistematizado contemplando outros esportes. A Indústria Cultural trabalha como elemento central para garantir sua influência constantemente nas aulas de Educação Física.

Esta indústria tem pressionado a educação no sentido de tornar-se, cada vez mais, uma educação para a reprodução e manutenção do sistema vigente, assim, esta exclui seu papel formativo e coloca-a na posição de formatadora de um instrumental técnico que possa manter as condições de produção e reprodução de mercadorias (NETO, 2008, p. 17).

É notório que a Indústria Cultural tem seu objetivo em produzir e reproduzir suas mercadorias e esta forma de dominação reflete dentro do espaço escolar. Se

tratando de conhecimentos já vivenciados e acessíveis pelo homem como argumento, o esporte é o foco de objetivo da Indústria Cultural nas aulas de Educação Física. Em sala de aula as opiniões se divergem e o embate torna-se interessante no processo de ensino aprendizagem

Todo interesse ideológico existente nas relações sociais é fundamental para uma análise epistemológica e para uma atribuição pedagógica dentro do conteúdo esporte. Trabalhar a Educação Física por uma perspectiva crítica amplia o conhecimento macro de entendimento das construções sociais pelo homem, e o esporte principalmente o futebol faz parte desta construção histórica. Jamais outros conteúdos devem ser negados, propondo que o esporte possa ser trabalhado pelo professor sistematizando e transformando sua aula diante dessas influências externas que constantemente estão presentes no modo de pensar e agir dos alunos nas aulas de Educação Física (SOARES et al., 1992).

Para contemplar esse diálogo usaremos o estudo de Neto (2008), para entender quais são as possibilidades de intervenção crítica do professor nas aulas de Educação perante a influência da Indústria Cultural.

Para esse contexto, a Educação Física deve trabalhar em sua perspectiva crítica como tendência pedagógica. Como a área da Educação Física contempla uma gama de vertentes metodológicas a atribuição crítica é fundamental para que o conhecimento adquirido e existente possa ter uma valorização e compreensão sobre sua construção histórica e que o aluno possa compreender as relações sociais ao qual está inserido (NETO, 2008).

Esta reflexão pedagógica é entendida como um projeto político-pedagógico. Ele é político porque encaminha propostas de intervenções para uma determinada direção, e pedagógico por possibilitar uma reflexão sobre a ação dos homens na realidade, explicitando suas determinações (NETO, 2008, p. 53).

A ação pedagógica pelo professor dentro das aulas de Educação Física é a chave de entrada para realização de uma aula sistêmica na compreensão da totalidade do conteúdo proposto. O objetivo no processo de ensino aprendizagem é de que o professor deva ser o transformador do conteúdo na formação de seus alunos (NETO, 2008).

Os primeiros passos em direção a esta transformação serão os mesmos em todos os campos da Educação Física: Deixar claro para todos os envolvidos sobre os objetivos daquela atividade, com que finalidade estão ali, quais os planos do professor em relação àquela atividade e à turma. Saber dos alunos seus motivos, seus planos e seus sonhos, de tal forma a apresentá-los as verdades obscuras em relação a esta atividade, principalmente ao que está vinculado aos interesses da indústria cultural (a mídia, por exemplo). (NETO, 2008, p. 86).

O professor não deve apenas ensinar um determinado conteúdo, no caso o futebol como esporte, mas sim sistematizar esse conteúdo relacionando a prática social dos alunos e entender a realidade que permeia o contexto. O desenvolvimento do conteúdo esporte deve ter uma abordagem diferenciada não somente dos gestos técnicos, mas entender os significados que esses fundamentos técnicos exercem e possuem (SOARES et al., 1992). O espaço em sala de aula deve ser organizado para que os alunos possam ter a compreensão do conhecimento específico ali abordados com suas relações em prática na realidade social.

Na relação do conteúdo e a influência da Indústria Cultural, a programação na televisão deve ser o elemento a ser diagnosticado e trabalhado em sala junto aos alunos. Já que a mídia massifica, aliena e vincula futebol, a mesma deve ser usada como instrumento pedagógico pelo professor nas aulas de Educação Física para desmistificar as relações de dominação ideológica que a Indústria Cultural perfaz (NETO, 2008).

A televisão é a mídia poderosa e tem o papel de reproduzir o esporte espetáculo para toda a sociedade. Através dela que deve existir a investigação e criar junto aos alunos consciência crítica contrapondo idéias e identificando as relações de interesses econômicos e sociais que a Indústria Cultural permeia na Educação Física (NETO, 2008).

O senso-comum tem que ser combatido através do esclarecimento em relação às práticas, de tal maneira que o sujeito tenha condições de elaborar por si próprio uma argumentação a partir de elementos apresentados pelo professor (NETO, 2008, p. 89).

Percebemos que o professor deve ter a importância em uma atuação de forma consciente no processo de ensino aprendizagem perante a Indústria Cultural e

que não sofra pressões ideológicas que constantemente estão presentes em seus conteúdos. O esclarecimento sobre o futebol deve ser exercido e que os seus alunos possam desenvolver uma consciência crítica e objetiva na formação de autonomia para que entendam as reais intenções que os aparelhos ideológicos exercem na sociedade.

Os mecanismos de atuação da Indústria Cultural devem ser reconhecidos de forma concreta e efetiva para que a educação seja uma educação para a contradição e para a resistência (ADORNO, 2002).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho apresentou uma discussão sobre a influência da Indústria Cultural e o conteúdo estruturante esporte da Educação Física escolar. Como Indústria Cultural, entendemos que tudo para ela torna-se comércio. Nesse contexto o futebol torna-se o esporte como produto ideológico de mercado.

O conteúdo Estruturante da Educação Física são aqueles que tratam por assuntos perenes da disciplina e apresentam-se em função do movimento histórico e das atuais relações sociais. Assim o esporte como um destes conteúdos precisa contribuir de forma contextualizada e que façam sentido para os alunos em sua realidade (PARANÁ, 2008).

O futebol é a modalidade do esporte como conteúdo e por meio dele podemos compreender que a sua prática agrega possibilidades de expressões corporais através de intervenções pedagógicas apropriando de novos conhecimentos, criando novas oportunidades para se trabalhar para que não seja empregado apenas o caráter desportivo sobre o conteúdo.

As mídias tecnológicas como meio de comunicação foram o principal instrumento de alienação do futebol perante a sociedade. Para que o trabalho pudesse ter chegado à afirmação concreta da discussão foi preciso basear em teorias críticas de autores explicando um conceito filosófico presente na sociedade, bem como a Educação Física e a ação pedagógica do professor nesse contexto.

A Educação Física precisa discutir em todos os seus conteúdos a questão da influência midiática. Por meio de estudo crítico que será possível desmistificar as relações sociais no processo de ensino aprendizagem.

A televisão como aparelho ideológico da Indústria Cultural é o meio de comunicação mais acessível e de abrangência de manipulação das massas. A investigação dos programas esportivos em destaque da TV aberta pode contribuir e mostrando a primazia que o futebol é noticiado. Os horários e os dias foram acompanhados na íntegra na tela da TV.

Toda influência exercida no futebol pela Indústria Cultural é a reprodução feita do conteúdo esporte pelos alunos nas aulas de Educação Física. Neste sentido a Educação Física contempla uma perspectiva crítica em relação ao cenário contemporâneo de manipulação de seus conteúdos.

A sua forma de trabalhar deve ser de valorização em contextualizar todo resgate histórico que seus conteúdos oferecem. O professor tem o papel crítico no processo de ensino aprendizagem na transmissão de conhecimento de forma sistematizada, não preocupando somente com as questões relativas ao como ensinar, mas também sobre como adquirir estes conhecimentos em sua totalidade. (DARIDO, 2001).

O questionamento foi respondido que a influência do esporte como conteúdo da Educação Física pela Indústria Cultural é o uso da televisão na ampla divulgação do esporte espetáculo. A atuação do professor deve possibilitar a compreensão da construção de conhecimentos pelos alunos sobre a produção humana no processo de ensino aprendizagem.

Contudo deixamos como próximas indagações questões como: Como o futebol foi dominando o entendimento de Esporte no contexto das aulas de Educação Física escolar? Quais elementos o futebol apresenta para se transformar em uma “paixão nacional”?

Quais problematizações podem ser feitos na escola? Como trabalhar?

Assim, esperamos com este trabalho ter podido contribuir para as futuras respostas a serem dadas as indagações que ficaram.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1947.

ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Editora Paz e Terra S/A, 2002.

ANJOS, José Luiz dos et al. **Futebol, mídia e sonho: o mundo imaginário de adolescentes praticantes de futebol** In: III Congresso Sudeste de Ciência do Esporte. ISSN 2179-8141, 2010, Niterói – RJ.

ANJOS, José Luiz dos et al. **Permeando o imaginário de adolescentes: uma abordagem sobre o profissionalismo do futebol**. In: III Congresso Sudeste de Ciência do Esporte. ISSN 2179-8141, 2010, Niterói – RJ.

BARROSO, André Luis Ruggiero; DARIDO Suraya Cristina. **Escola, educação Física e esporte: Possibilidades pedagógicas**. Revista Brasileira de Educação Física, Esporte, Lazer e Dança, v. 1, n. 4, p. 101-114, dez. 2006

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

COSTA Alda Cristina Silva da et al. **Indústria Cultural: Revisando adorno e Horkheimer**. Movendo idéias, Belém, v8, n.13, p.13-22, jun 2003.

CRUZ, Vilma Aparecida Gimenes da. **Metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

DARIDO, Suraya Cristina. **Os conteúdos da educação física escolar: influências, tendências, dificuldades e possibilidades**. Perspectivas em Educação Física Escolar, Niterói, v. 2, n. 1 (suplemento), 2001.

DUARTE, Rodrigo. **Indústria Cultural e meios de comunicação**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2014.

ESCHER, Thiago de Aragão. **O futebol (tel) espetáculo**. Universidade Estadual de Campinas SP, 2007.

MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. Tradução: São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

MOREIRA, Adriana da Silva. **A Indústria Cultural no Brasil e seus meios de difusão**. UNICAMP M83i IE/876. Campinas, 1993.

NETO, João Martins Vieira. **Educação Física e ação pragmática no contexto da Indústria Cultural: desafios à educação crítica**. 2008. 94f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Educação) Faculdade de Educação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2008.

PARANÁ. Secretaria do Estado da Educação do Paraná. Departamento de Educação Básica. **Diretrizes Curriculares da Educação Básica da Educação Física**. Paraná, 2008.

PRONI, Marcelo Weishaupt. **Esporte-espetáculo e futebol-empresa**. 1998. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998.

SÁNCHEZ GAMBOA, Sílvio. **Pesquisa em Educação: Métodos e epistemologias**. Chapecó SC: Argos, 2008.

SANFELICE, Gustavo Roesse. **Futebol, espetáculo e mídia: reflexões, relações e implicações**. Disponível em: http://www.grupomel.ufba.br/gtt_midia/conteudo/textos_e_imagens/producao/futebol_espataculo_e_midia_reflexoes_relacoes_e_implicacoes.pdf. Acesso: 12 de Abril de 2015.

SAVIANI, Dermeval. **Pedagogia histórico-crítica: primeiras aproximações**. 10 ed. Campinas: Autores Associados, 2008.

SAVIANI, D. Escola e democracia. 34. Ed. Campinas: Autores Associados, 2001.

SOARES, Carmem Lúcia et al. **Metodologia do Ensino da Educação Física**. São Paulo: Cortez, 1992.