

# MÍDIAS E JOGOS: DO VIRTUAL PARA UMA EXPERIÊNCIA CORPORAL EDUCATIVA

**Alan Queiroz da Costa**

*Mestrando em Ciências da Motricidade, UNESP, campus de Rio Claro.*

*A virtualização do corpo no esporte-telepetáculo e nos jogos eletrônicos, bem como as repercussões desse fenômeno na cultura corporal de movimento contemporânea, já foram identificadas por alguns estudiosos. Por outro lado, as crianças apropriam-se das imagens e conteúdos televisivos, transformando-os em estruturas lúdicas que sustentam suas brincadeiras. O objetivo desse trabalho é analisar as possibilidades de correlação entre o jogo e as mídias, propondo a transformação/transferência do virtual/virtualidade em uma possível experiência corporal educativa na escola sob forma de jogos, a partir dos “jogos virtuais” conhecidos dos alunos.*

## 1. INTRODUÇÃO

Não é de hoje que temos recebido diversas influências por parte dos mais diferentes meios de comunicação. Nessa batalha ferrenha entre quem consegue influenciar mais seus “receptores”, as mídias muitas vezes parecem não se preocupar com quem será atingido e, elas alcançam desde as crianças até os mais idosos. Brougère (1997) afirma que, particularmente, a cultura lúdica das crianças sofre grande influência da televisão, a qual transforma sua vida e cultura geral nas referências que ela irá dispor.

Refletindo a respeito dessa problemática e, analogamente, também refletindo a respeito da minha prática pedagógica como professor, percebi que podemos influenciar os nossos “receptores” (alunos), e, mais que isso, podemos estimulá-los também, já que “ninguém recebe / percebe do mesmo modo as mesmas mensagens” (ROCCO apud FIGUEIREDO, 1999, p.59).

Tratando-se especificamente de propostas que utilizam as mídias como ferramentas pedagógicas, temos em Feres Neto (2003), Zylberberg (2003) e Betti (2003) exemplos de trabalhos comprometidos com as relações entre as mídias e a cultura corporal de movimento no intuito de poder indicar novas possibilidades e intervenções pedagógicas.

No caso específico desse trabalho, o próprio “jogo de propostas”, anteriormente citado, reside na possibilidade de “jogar” com todas as informações que recebemos, de forma crítica e criativa, trazendo para a “realidade” aquilo que nossos receptores (crianças) vêem cotidianamente, seja nos filmes do “Harry Potter” (Warner Bros.), nas cartinhas do “Yu – Gi – Oh” (Nikelodeon), ou mesmo nos *videogames* e desenhos animados.

## 2. JUSTIFICATIVA

Muitos dados e informações sobre os jogos ou desenhos animados são guardados pelas crianças, e fazem com que parem tudo o que estão fazendo quando se trata de algo novo a respeito do assunto. Tal situação lembra as palavras de Babin e Kouloumdjian (apud BETTI, 1997, p. 16):

*A baixa da atenção e da capacidade de concentração das crianças e jovens, que é apontada como consequência da ação da mídia, só vale para conceitos abstratos, para discursos desprovidos de ritmos, imagens, sons, vibrações, mas não para a televisão (...),*

*mas não para ler uma história em quadrinhos, nem para responder a uma aula auxiliada por um computador.*

Perguntamo-nos, então, por que não utilizar toda essa energia nas aulas de Educação Física?

Para Brougère (1995), seja nos conteúdos, nos personagens ou nas tramas, as imagens transmitidas pela televisão são apropriadas pelas crianças, as quais não assistem e recebem passivamente as mensagens fornecidas, mas transformam essa informação em estruturas lúdicas que sustentam suas brincadeiras, muitas vezes até reproduzindo cenas da vida cotidiana.

Baseando-se na relação “fantasia X mídia X violência”, Gerard Jones (2004, p. 23) contribui com essa discussão lembrando qual deveria ser o ponto de vista dos adultos:

*As crianças querem ser fortes e felizes ao mesmo tempo em que se sentem seguras. Se prestarmos atenção, veremos que as fantasias delas expressam o que acham que precisam atingir. Mas precisamos olhar além de nossas expectativas e interpretações adultas e enxergá-las através dos olhos de uma criança. Primeiro, precisamos começar a desembaraçar os medos que nos impedem de fazê-lo.*

Procurando unir a responsabilidade pedagógica do professor e a valorização do da cultura infantil, Ferrés (1996, p. 98) nos trás uma grande contribuição a respeito do trabalho com as mídias:

*Sem motivação não há aprendizagem (...). Talvez a diferença fundamental entre televisão e a escola resida no fato de que a televisão possui uma enorme capacidade de sedução, mas com risco de despersonalização, enquanto que a escola possui uma vontade manifesta de personalização, mas quase nenhuma capacidade de fascínio. Com a incorporação da televisão à sala de aula e com sua integração ao modelo de comunicação ativa, será aproveitado o que cada um oferece de melhor, deixando de lado as suas limitações. O fascínio será um veículo de personalização.*

### **3. PROBLEMA**

Até aqui temos pontuado o texto com referência às possibilidades de aprendizado e desenvolvimento levando em consideração a grande influência que recebemos das mídias, e pelo fato de o prazer despertado pelas brincadeiras e jogos que fazem parte do cotidiano de nossos alunos. Porém, quando delimitamos nosso estudo à esfera escolar, temos alguns parâmetros a serem seguidos, e objetivos específicos a serem atingidos.

Nessa problemática, o que me despertou atenção é o grande leque de opções que temos nas mídias e a falta de ligação entre essas opções. Feres Neto (2001) mostra preocupação similar ao analisar a virtualização do esporte e as novas vivências eletrônicas, mostrando contrapontos a respeito do chamado processo de *virtualização*, que acontece cada vez mais rápido, fazendo com que as interações entre o que é atual e o que é virtual extrapolem as barreiras de tempo e espaço intensificando as sensações numa vivência esportiva jamais vista.

A publicidade transmitida pelas diversas mídias apresenta para todo o público, como um produto, uma novidade de última geração que pode ser adquirida na loja mais próxima, e isso se torna mais grave com as crianças. Como exemplo, podemos citar o desenho animado “Bey Blade” (Fox Kids). Trata-se de jovens que travam batalhas com uma espécie de “pião”. Com um aparelho de encaixe e uma fita dentada, também de encaixe, os jovens lançam dois ou mais piões numa arena, os quais vão se batendo até que só um continue girando.

Se analisarmos esse “novo” brinquedo, poderemos nele ver uma versão de “última geração” do antigo “pião” (brinquedo conhecido da cultura popular). A principal diferença é que, agora, as crianças não precisam se preocupar em ter que enrolar uma “fieira” nem em saber qual seria a melhor maneira de lançar o seu pião, exercitando assim novas possibilidades motoras. Assim, chegamos a mais um exemplo da influência exercida pela mídia na nossa cultura, agora interferindo também na cultura corporal de movimento.

#### **4. OBJETIVO**

Analisar as possibilidades de correlação entre o jogo e as mídias, propondo a transformação/transferência do virtual/virtualidade em uma possível experiência corporal educativa na escola.

#### **5. POSSIBILIDADES...**

Visto que as mídias já estão inseridas no nosso cotidiano, na nossa cultura e, por conseqüência na cultura lúdica infantil, como uma nova vivência eletrônica, levanto aqui uma nova possibilidade de atuação do professor de Educação Física na escola. Por que não utilizar desses novos meios virtuais, alguns já atuais, nas aulas de Educação Física? Por que manter e aceitar que o esporte de alto nível ainda seja o modelo predominante de atividade, tanto no lazer como no esporte escolar (Bracht, apud FERES Neto, 2001)? Consumimos o esporte de alto rendimento da mesma forma que consumimos os programas de televisão, os “games” e videogames. Jones (2004, p. 20) já alertava para esse consumo:

*Quando analisam as crianças em relação à mídia de massa e à cultura pop, nossa tendência é defini-las como consumidores, espectadores, receptores, vítimas. Mas elas também são usuários daquela mídia, daquela cultura: fazem escolhas e interpretações, delineiam o que querem, fazem às vezes de parceiros de jogos e participantes, e contam histórias. Enxergar as crianças como receptoras passivas do poder da mídia nos coloca em conflito com as fantasias que elas escolheram e, portanto, com as próprias crianças. Enxergá-las como usuárias ativas permite que trabalhem com o entretenimento – qualquer entretenimento – que as ajude a crescer. Games de atirar, gangsta rap, Pokémon, tudo se transforma em ferramenta para que pais e mestres ajudem os jovens a se sentirem mais fortes, a acalmarem seus medos e aprenderem mais sobre si mesmos.*

Trabalhos bem sucedidos utilizando as mídias em suas estratégias pedagógicas já são comuns em nossa comunidade (BETTI, 1998, 2003; FERES NETO, 2001; ZYLBERBERG, 2000; BATISTA; BETTI, 2005) e, não como intuito de resolver todos os

problemas pedagógicos da educação física, muito menos do complexo processo educacional de nossas crianças, proponho, como Betti (2003, p.135) avançar um pouco mais e enfrentar os “desafios e perigos que cercam as mídias do ponto de vista pedagógico”, procurando mais um caminho para utilizar as mídias e jogos, no ensejo de transformar essa virtualidade, que muitas vezes já se tornou atual, em uma possível experiência corporal na escola.

## 6. METODOLOGIA

A metodologia prevista é de caráter “qualitativo”. Dentre as pesquisas chamadas qualitativas, muitos tipos mais específicos podem nortear o trabalho a ser desenvolvido e, juntamente com a fenomenologia, a pesquisa etnográfica, originalmente feita por antropólogos para estudar a cultura e a sociedade (André, 1995, p.27) tem sido adaptada à educação, levando pesquisadores dessa área utilizar técnicas associadas à etnografia, caracterizando uma *pesquisa de tipo etnográfico*.

A pesquisa – ação é outra técnica de pesquisa qualitativa citada por André (1995), e que Thiollent (2003, p. 14) define como um tipo de pesquisa “realizada em associação com uma ação ou com a resolução de um problema (...) no qual pesquisadores e participantes (...) estão envolvidos de modo cooperativo e participativo”. A associação entre a pesquisa de tipo etnográfico e a pesquisa-ação é apontada por André (1997) como uma possibilidade promissora nas pesquisas educacionais, e Betti (2002) aponta que tal associação já está presente em estudos “qualitativos” sobre Educação Física Escolar.

A pesquisa será realizada em duas escolas da rede de ensino fundamental do estado de São Paulo, sendo uma particular e uma pública, com uma turma de 4<sup>a</sup> série de cada escola. Buscaremos, em conjunto com os professores, introduzir nas aulas de Educação Física experiências corporais, sob a forma de jogos, que resultem da transferência de “jogos virtuais”, conhecidos ou não dos alunos, ou descrever a utilização de tais jogos, caso eles já estejam presentes no programa de Educação Física. Os professores envolvidos, bem como uma amostragem dos alunos participantes será entrevistada após as aulas, como tentativa de compreender os significados que para eles tiveram o processo vivenciado. Os “resultados” da pesquisa serão consubstanciados por meio do relato descritivo das ações planejadas e executadas.

## 7. REFERÊNCIAS

- BATISTA, S.R.; BETTI, M. A televisão e o ensino da educação física na escola: uma proposta de intervenção. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, Campinas, v. 26, n.2, p. 135-148, 2005.
- BETTI, M. A *Janela de Vidro: esporte, televisão e educação física*. Campinas, Papius, 1998.
- BETTI, M. *Educação física escolar: do idealismo à pesquisa - ação*. BAURU, 2002. Tese (Livre - Docência) - Faculdade de Ciências, Universidade Estadual Paulista.
- BETTI, Mauro. Imagem e ação: a televisão e a educação física escolar. In: BETTI, Mauro. (Org.). *Educação Física e mídia: novos olhares, outras práticas*. São Paulo: Hucitec, 2003, p. 91-137.
- ANDRÉ, M. E. D. A. De. *Etnografia da prática escolar*. Campinas, Papius, 1995.

ANDRÉ, M.E. D. A. de. Avanços no conhecimento etnográfico da escola. In: FAZENDA, I. (Org.). **A pesquisa em educação e as transformações do conhecimento**. 2ª ed. Campinas: Papirus, 1997. p. 99-110.

BROUGÈRE, Giles. **Brinquedo e Cultura**. São Paulo, Cortez, 1995, p. 50 – 59.

CAMARGO, L. O. L. **Educação para o lazer**. São Paulo, Moderna, 1998 (Coleção Polêmica), cap. 5.

CARELLI, G. O campeão do Lazer. **Revista Veja**. São Paulo, 26 de novembro de 2003. Divertimento, p.92.

FERES NETO, A. **A virtualização do esporte e suas novas vivências eletrônicas**. CAMPINAS, 2001. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas.

FERRÉS, J. **Televisão e educação**, Porto Alegre: Artes médicas, 1996, cap 7.

FIGUEIREDO, V. F. **Mídia e Educação**. Rio de Janeiro, Gryphus, 1999, p. 51 – 64.

IBOPE. Número de internautas residenciais ativos cresce 3,5% e atinge 11 milhões de usuários. **IBOPE**. Web site oficial do IBOPE – Instituto Brasileiro de opinião Pública e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br>>. Acesso em: 21 março 2005.

IBOPE. TNT tem o maior alcance de 2004. **Midiativa**. Web site oficial do MIDIATIVA - Centro Brasileiro de Mídia para Crianças e Adolescentes. Disponível em: <<http://www.midiativa.tv>>. Acesso em: 21 março 2005

JONES, G. **Brincando de matar monstros: por que as crianças precisam de fantasia, videogames e violência de faz de conta**. (trad. Ana Ban) São Paulo, Conrad, 2004.

LÉVY, P. **O que é virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1997.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa – ação**. 12 ed. São Paulo, Cortez, 2003.

ZYLBERBERG, T. P. A internet como uma possibilidade do mundo da (in)formação sobre a cultura corporal. In: BETTI, Mauro. (Org.). **Educação Física e mídia: novos olhares, outras práticas**. São Paulo: Hucitec, 2003, p. 45-70.

Sites sobre os “jogos virtuais”:

Bey Blade. **Fox Kids**: Web site do canal de televisão. Disponível em: <<http://www.foxkids.com.br>>. Acesso em: 25 novembro 2003.

Pokémon. **Pokémon Club**: Web site informativo sobre tv, filmes e quadrinhos. Disponível em: <<http://www.pokemonclub.com.br>>. Acesso em: 25 novembro 2003.

Yu-Gui-Oh. **Nikelodeon**: Web site do canal de televisão. Disponível em: <<http://www.mundonick.com>>. Acesso em: 25 novembro 2003.

Harry Potter. **Warner Bros**. Web site oficial do Harry Potter. Disponível em: <<http://www.harrypotter.com.br>>. Acesso em: 25 novembro 2003.

Alan Queiroz da Costa  
Rua Castelo Rodrigo, 80 – Vila Rica  
CEP: 03911-110 - São Paulo / SP  
e-mail: [alanqcosta@yahoo.com.br](mailto:alanqcosta@yahoo.com.br)