TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E A DIFUSÃO DE SIGNIFICADOS ATRIBUÍDOS AOS ELEMENTOS DA CULTURA CORPORAL

Information technologies and the dissemination of meanings assigned to the elements of body culture

Anderson dos Santos Carvalho^{1,2}; Guanís de Barros Vilela Júnior^{3,4}; Pedro Pugliesi Abdalla⁵; Aline Madia Mantovani⁶; Jair Rodrigues Garcia Júnior⁷; Mariana Pardini Lacerda^{1,2}; Ana Beatriz dos Santos^{1,2}; Claudia Regina Santa Rosa^{1,2}; Gabrielly Vitória Nunes de Oliveira^{1,2}

ISSN: 2178-7514

Vol. 13 | Nº. 2 | Ano 2021

RESUMO

O objetivo deste estudo é apresentar uma breve revisão da literatura sobre o impacto da tecnologia da informação e a difusão de significados atribuídos aos elementos da cultura corporal. Método: Foi realizado um levantamento bibliográfico em busca de livros e artigos científicos. Para isto, utilizou-se as palavras-chave “mídia”, “tecnologia da informação” e “cultura corporal”, exclusivamente na língua portuguesa. O foco da pesquisa bibliográfica foi o levantamento de autores que discutem a temática da Educação Física. Resultados: Identificou-se que a mídia tem grande influência em organizar as ideias do telespectador tornando-o acrítico. Conclusão: É necessário que os telespectadores tenham atenção no momento de codificar as informações propagadas pelos diferentes tipos de mídias, para que não seja um telespectador passivo.

Palavras-chave: Corpo. Educação Física. Televisão.

ABSTRACT

The purpose of this study is to present a brief review of the literature on the impact of information technology and the dissemination of meanings attributed to the elements of body culture. Method: A bibliographic survey was carried out in search of books and scientific articles. For this, the keywords “media”, “information technology” and “body culture” were used, exclusively in the Portuguese language. The focus of the bibliographic research was the survey of authors who discuss the subject of Physical Education. Results: It was identified that the media has great influence in organizing the viewer's ideas making them uncritical. Conclusion: It is necessary that viewers pay attention when coding the information propagated by the different types of media, so that it is not a passive viewer.

Keywords: Body. Physical Education. Television.

1 Universidade Paulista – UNIP

2 Grupo de Estudo e Pesquisa em Desenvolvimento Motor e Saúde (GEPDMS)

3 Núcleo de Pesquisas em Biomecânica Ocupacional e Qualidade de Vida (NPBOQV)

4 Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP

5 Universidade de São Paulo – USP

6 Faculdade de Ciências e Tecnologia – FCT/UNESP

7 Universidade do Oeste Paulista - UNOESTE

Autor de correspondência

Prof. Dr. Anderson dos Santos Carvalho

E-mail: anderson.carvalho@docente.unip.br

E-mail: ander_uai@hotmail.com

DOI: [10.36692/v13n2-01](https://doi.org/10.36692/v13n2-01)

INTRODUÇÃO

O recurso tecnológico em alta nos dias atuais é o acesso à internet, meio de tecnologia de informação que disponibiliza notícias e informações sobre fatos e acontecimentos do mundo⁽¹⁾. Na Internet são enormes as possibilidades de acessar, publicar e compartilhar qualquer tipo de informação, oferecendo aos utilizadores várias estruturas de significados sobre o contexto social por meio dos sites, redes sociais, bate papo, propagandas, fotos, jogos, vídeos, entretenimentos, entre outros^(2,3).

A mídia utiliza seu meio de simbolização para transmitir referências de modelos corporais de beleza associados à noção de saúde, não importando se a pessoa é, de fato, saudável. Como a literatura da área aponta, basta que a pessoa mostre uma aparência que signifique ser saudável para difundir os elementos da Cultura Corporal como um dos principais meios para esse fim⁽⁴⁾. Zylberberg⁽⁵⁾ diz que a internet tem grande diversidade e possibilidades para acessar e publicar acontecimentos em seu espaço virtual. Assim, torna-se essencial que o profissional de Educação Física reflita sobre tecnologias da informação e a difusão de significados atribuídos aos elementos da cultura corporal⁽⁶⁾, uma vez que tais temas têm sido pouco discutidos na área da educação física⁽⁷⁾. Assim, objetivo deste estudo é apresentar uma breve revisão da literatura sobre o impacto da tecnologia da informação e a difusão de significados atribuídos aos elementos da cultura corporal.

MÉTODOS

Foi realizado um levantamento bibliográfico em busca de livros e artigos científicos publicados nas bases de dados Google Acadêmico e SciELO. Para isto, foram utilizadas as palavras-chave “mídia”, “tecnologia da informação” e “cultura corporal”, exclusivamente na língua portuguesa.

O foco da pesquisa bibliográfica foi o levantamento de autores que discutem a temática da Educação Física, caracterizado enquanto uma pesquisa de cunho qualitativo. Segundo Minayo⁽⁸⁾, a pesquisa qualitativa:

[...] responde a questões muito particulares. Ela se ocupa, nas Ciências Sociais, com um nível de realidade que não pode e não deve ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes. (p.21, 2007).

Em concordância com a autora, acreditamos ser a abordagem qualitativa o melhor modo de proceder ao longo do caminho no presente estudo. O propósito foi debater e apresentar aos profissionais de Educação Física as construções simbólicas presentes nas programações televisivas transmitidas diariamente intituladas como “lutas, ginásticas, jogos de futebol, vôlei ou danças”. Foram encontrados livros e artigos que continham ambas as palavras-chave no título ou no resumo.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Pode-se observar que os meios de comunicação de massa têm grande abrangência, principalmente pela grande quantidade de instrumentos ou aparelhos técnicos que difundem algum tipo de mensagem. As mensagens são transmitidas por meio de palavras ou formas simbólicas que circulam no meio social, tais como revistas, jornais, panfletos, embalagens de alimentos, peças publicitárias na TV, internet, outdoor, sites comerciais etc^(1,3). A mídia é fundamental nos dias atuais, pois seria inimaginável pensar em um mundo sem jornais, rádio, computador, internet, celular e televisão⁽³⁾. A mercantilização das formas simbólicas teve sucesso com as primeiras máquinas de impressão. Essas máquinas fizeram parte do crescimento da economia capitalista do fim da Idade Média⁽⁹⁾.

Em termos históricos, as impressoras são máquinas que têm como incumbência imprimir caracteres em papéis. As primeiras formas de impressão foram encontradas na República popular da China antes de se popularizarem no Ocidente com Johannes Gutenberg no século XV. Foi durante essa época que as técnicas de impressão se distribuíram pelos centros urbanos da Europa e desenvolveu-se um método de duplicar a fundição de letras de modo que grandes quantidades de textos e livros pudessem ser produzidos. Essas impressoras se tornaram as novas bases do poder simbólico e instituições

religiosas e políticas utilizaram-nas para seu próprio benefício⁽⁹⁾. À medida que as impressoras e a produção gráfica foram se tornando mais industrializadas, o mercado foi crescendo e desenvolvendo inovações técnicas como, por exemplo, a prensa. Foi por meio da prensa e do desenvolvimento do conjunto de técnicas que surgiram as primeiras produções dos jornais e folhetos. Com essa inovação tornou-se possível que um número maior de pessoas tivesse acesso às informações. Nessa época houve mudança significativa na vida social da população, apesar de a maioria não ser alfabetizada. Somente uma minoria da população, composta por professores, estudantes, ricos e políticos dominavam a leitura e podiam ter o privilégio do acesso ao material e informações⁽³⁾.

De acordo com Thompson⁽²⁾, foram desenvolvidos meios técnicos na sociedade moderna em conjunto com instituições orientadas para acumulação capitalista, possibilitando a produção e circulação de panfletos, jornais, revistas e livros, produzidos em quantidade sempre crescente durante os séculos XVII, XVIII e XIX. No meio do século XIX, houve expansão significativa desses meios técnicos e nos níveis de alfabetização.

Foi durante o século XX que as formas simbólicas tiveram desenvolvimento significativo em sua produção na sociedade, por meio das técnicas de comunicação de massa. Nesse mesmo século, a cultura audiovisual se desenvolveu, primeiro com o cinema e o rádio, depois com a

televisão propriamente dita. Por um lado, esse desenvolvimento superou a escrita e o rádio. Entretanto, nesse período também acontece uma integração de vários modos de comunicação – escrita, oral e audiovisual – o que se pode chamar de rede interativa, mudando completamente o caráter da comunicação humana⁽¹⁰⁾.

De acordo com Thompson⁽²⁾, nas décadas de 1940 e 1950, após a Segunda Guerra Mundial, desenvolveu-se na Inglaterra e nos Estados Unidos a televisão. A televisão, tele – distante, em grego, vision – visão, em latim, foi a tecnologia que revolucionou a difusão de imagens, especialmente com transmissões via satélite e programas ao vivo. É importante ressaltar que os primeiros aparelhos transmitiam as imagens em preto e branco, depois, com avanços tecnológicos, foi desenvolvida a televisão em cores.

Na Inglaterra, o principal canal de difusão do meio televisivo e de transmissão dos programas desenvolvidos por essa mídia foi a British Broadcasting Company (BBC), inaugurada no ano de 1946. Os índices de audiência dos meios televisivos foram relativamente pequenos no início, pois os canais eram controlados, mas se multiplicaram mais de 20 vezes em três anos^(2,3).

Com o crescimento desse meio de informação, outras emissoras de televisão obtiveram permissão de produzir e difundir programas de determinadas regiões do país por meio de um decreto de comissão independente de televisão (Independent Broadcasting Authority, ou IBA)⁽²⁾. O rápido crescimento da televisão

trouxo, sem dúvidas, grandes consequências para outras indústrias da mídia, como, por exemplo, o rádio e o cinema, que sofreram adaptações na produção e divulgação de seus conteúdos, embora não seja fácil mensurar a magnitude deste impacto. A televisão propõe - ou quem sabe poderíamos dizer que impõe - uma nova visão do contexto social, por meio de recursos técnicos e de uma equipe de produtores e diretores. Por meio dos seus conteúdos, oferece uma estrutura de significados para os sujeitos, aos quais cabe interpretar com percepção crítica as mensagens e imagens difundidas⁽³⁾.

A emissora de TV possui um caminho fundamental na organização de sua programação, por meio de seleção de programas e dos horários de transmissão, episódios, propaganda etc. Quanto às modalidades esportivas, a televisão difunde e viabiliza aos telespectadores os elementos da Cultura Corporal – aqui, em específico, o esporte, para que os telespectadores possam usufruir das programações televisivas em seu momento de lazer^(3,11).

Segundo Beccega⁽¹²⁾, os primeiros aparelhos de televisão chegaram ao Brasil no ano de 1950 e a partir de então esse meio de informação teve êxito e uma crescente produção televisiva começou a despontar no país.

De acordo com Carvalho⁽³⁾, com o passar dos anos, algumas famílias foram adquirindo esse meio de informação devido a sua utilidade. Essa mídia foi se firmando com grande impacto no meio da sociedade brasileira e hoje já se

pode encontrar a televisão na maioria das casas, apartamentos, escolas, bares, espaços públicos; até onde a energia elétrica ainda não chegou, a televisão se faz presente, pois esse aparelho funciona com outras fontes de energia (geradores a óleo, baterias etc.). A televisão hoje é um dos maiores meios de entretenimento e de informação da sociedade e está inserida na estrutura da política, economia e cultura do país⁽¹³⁾.

Alguns teóricos^(2,9,14-17) têm mostrado preocupação com a temática “tecnologia da informação” e a educação formal dos sujeitos, já que se vê pouco esse conteúdo inserido nos currículos. Em relação à formação profissional em Educação Física, a preocupação é que a tecnologia da informação seja um meio artificial que o homem criou e apresenta conteúdos favoráveis e não favoráveis. A televisão, vídeos do YouTube e outros na internet disseminam símbolos e valores que podem se tornar concretos para os indivíduos se eles não tiverem uma percepção crítica das informações transmitidas⁽¹⁸⁾. Sendo assim, podem difundir elementos da Educação Física e da Cultura Corporal (lutas, ginástica, atividades rítmicas, mímicas, dança, esporte), sendo desejável que os sujeitos que têm acesso a esses conteúdos não os usem como se fossem um totem, mas sim como uma informação potencialmente capaz de formá-los e transformá-los.

Segundo Betti⁽¹⁴⁾, a televisão não apenas seleciona programas, eventos esportivos e imagens, mas fornece definições do que foi selecionado; por exemplo, interpreta o programa

ou evento esportivo para o telespectador por meio de sons, imagens e comentários. Entende-se que a mídia é uma instituição que propaga um conjunto de significados atribuídos aos elementos da Cultura Corporal, sobretudo ao esporte. Essa instituição difunde ideias sobre o corpo e dita modelos a determinados conteúdos da Educação Física e Cultura Corporal, de modo a dar orientações aos praticantes sobre como atingir um corpo belo e “saudável”.

A televisão e o conteúdo da internet podem possibilitar que as pessoas tenham notícias e visualizem acontecimentos ao vivo, distantes fisicamente, tal como acontece com noticiários dos telejornais, podendo saber “a previsão do tempo”, visualizando ou vivenciando os momentos apresentados na tela. Os programas televisivos permitem que os telespectadores recebam informações e se comuniquem com os apresentadores ao mesmo tempo, utilizando um curto espaço de tempo por meio da internet, e-mail, redes sociais, mensagens de celulares, entre outros. Isso é denominado por Betti⁽¹⁴⁾ como “novas tecnologias de comunicação”.

Não se pode dizer que apenas a televisão oferece informações, porque o rádio, o jornal escrito, revistas, celulares e a internet são mídias que oferecem vários tipos de informações, com sons e imagens todos os dias. A mídia divulga as notícias, novelas, poesias, filmes, programas de entretenimento, pornografia, esportes, entre outros, no meio social, apresentando os acontecimentos do cotidiano que seleciona

como mais importantes para ela, ou seja, ela é um importante fenômeno cultural⁽¹⁹⁾. Os sujeitos que recebem as informações precisam ter uma percepção crítica, que é entendida como capacidade de analisar e discutir assuntos com embasamento teórico, sem aceitá-los de maneira automática, e reflexiva, que é analisar cuidadosamente sobre o fato, antes de opinar e expor o que pensa, evitando uma possível atitude conformista⁽²⁰⁾. Segundo Tedesco⁽²¹⁾, a mídia interpretada sem reflexividade e criticidade está favorecendo a globalização predatória, apoiando a mercantilização de produtos e venda de sonhos, ideias, atitudes e valores para a sociedade, mesmo que a sociedade e os jovens não consumam o que ela está oferecendo.

De acordo com Santos⁽²²⁾, entende-se que a globalização é um processo de intercâmbio entre os países do mundo, que tem seus aspectos positivos, por exemplo, as descobertas da ciência, o desenvolvimento de recursos tecnológicos, a aceleração da produção do homem e a difusão da mídia, que pode propagar imagens e informação de qualquer lugar do mundo em frações de segundos. Entretanto, por outro lado, sob o capitalismo, tem se observado o crescimento da desigualdade, com poucos se tornando mais ricos e muitos se tornando mais pobres. Assim, é ainda mais importante o sujeito desenvolver percepção reflexiva no uso das tecnologias da informação para não ser ingenuamente influenciado por ela.

CONCLUSÃO

A mídia tem o poder de compactuar as ideias do sujeito tornando-o acrítico, convocando-o a responder como um consumidor e espectador que perde o norte de suas produções subjetivas singulares e que recebe uma subjetividade espetacularizada. Assim, é de extrema importância que os sujeitos tenham atenção e cuidado no momento de codificar as informações propagadas por essas tecnologias da informação, como a televisão, computador (sites da internet), aplicativos de comunicação como Whatsapp, e de informação e entretenimento como YouTube, redes sociais (Facebook, Instagram etc), para que não seja um telespectador passivo.

REFERÊNCIAS

1. Carvalho AS, Mantovani AM, Silva TP, Abdalla PP. A mídia como conteúdo programático na formação de professores. *Colloquium Humanarum*. 2016;13(2):23-9.
2. Thompson JB. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 5 ed. Petrópolis: Editora Vozes; 2009.
3. Carvalho AdS. Análise dos conteúdos virtuais relativos a vídeos sobre a cultura corporal e Educação Física. Piracicaba: Universidade Metodista de Piracicaba - UNIMEP; 2013.
4. Carvalho AdS, Júnior GdBV. YouTube e seus conteúdos videográficos sobre a cultura corporal e educação física. *Revista Centro de Pesquisas Avançadas em Qualidade de Vida CPAQV*. 2013;5(1):1-11.
5. Zylberberg TP. A internet como uma possibilidade do mundo da (in) formação sobre a Cultura Corporal do movimento [Dissertação de Mestrado]. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, Unicamp; 2000.
6. Patrinhani GF, Américo M. Mídia, cultura de paz e educação física escolar Ibero-Americana de Estudos em Educação. 2020;15(4):1-15.
7. Silveira J, Pires GDL. Formação continuada em educação física e tecnologias digitais: percepções dos professores participantes *Corpoconsciência*. 2019;23(2):49-62.
8. Minayo MCdS, Gomes R, Deslandes SF.

Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Editora Vozes; 2007.

9. Thompson JB. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. 12 ed. Petrópolis: Editora Vozes; 2011.

10. Castells M. A sociedade em rede. 1 ed. Lisboa: Editora Fundação Calouste Gulbenkian; 2002.

11. Carvalho AdS, Mantovani AM, Souza GBd, Lima ATF, Sprea J. Conteúdo televisivo na formação profissional em educação física. *Colloquium Vitae*. 2015;7(Especial):01-8.

12. Baccega MA. Televisão e escola: uma mediação possível? . 1 ed. São Paulo: Editora Senac; 2003.

13. Ribeiro APG, Roxo M, Sacramento I. História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. 1 ed. São Paulo: Editora Contexto; 2010.

14. Betti M. A Janela de vidro: esporte, televisão e Educação Física. . 1 ed. Campinas: Editora Papirus; 1998.

15. Betti M. Educação Física e mídia: novos olhares, outras práticas. 1 ed. São Paulo: Editora Hucitec; 2003.

16. Pires GdL. Educação Física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória. 1 ed. Ijuí: Editora Unijuí; 2002.

17. Pires GL. Cultura esportiva e mídia: abordagem crítico-emancipatória no ensino de graduação em Educação Física. In: BETTI, M. (Org). Educação Física e mídia novos olhares, outras práticas. São Paulo: Editora Hucitec; 2003.

18. Silveira J, Pires GDL. Educação física na cultura digital: ações docentes com as tecnologias digitais em escolas públicas de santa catarina *Arquivos em Movimento*. 2020;16(2):13-29.

19. Oliveira DMd, Gonçalves LCO, Neto AMDM, Araújo NC. A influência da mídia nas aulas de educação física. *Brazilian Journal of Development*. 2020;6(5):385-91.

20. Cerigatto MP. Educação, mídia e cultura digital na educação de jovens e adultos. *Horizontes*. 2020;38(1):1-20.

21. Tedesco JC. O novo pacto educativo: educação, competitividade e cidadania na sociedade moderna. 3 ed. São Paulo: Editora Rocha Artes Graficas; 2008.

22. Santos M. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. 15 ed. Rio de Janeiro: Editora Record; 2008.

OBSERVAÇÃO: Os autores declaram não existir conflitos de interesse de qualquer natureza.