

“TEORIA OU PRÁTICA”? O MOVIMENTO PENDULAR DOS CURSOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL E A ABORDAGEM DO ESPORTE

"¿TEORÍA O PRÁTICA"? O MOVIMIENTO PENDULAR DE LAS LICENCIATURAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL EN BRASIL Y EL ENFOQUE PARA EL DEPORTE

MARQUES, José Carlos

Universidade Estadual Paulista

zeca.marques@uol.com.br

RESUMO A princípio, não parece ser difícil justificar a presença do esporte no cenário de nossa vida contemporânea. Paradoxalmente, entretanto, por que ele – o esporte, ainda hoje permanece alvo de discriminação por parte da academia brasileira e até de parte significativa do mercado de comunicação? Por que nas entidades científicas brasileiras, com raras exceções, o esporte ainda é tido como “assunto menor”? Na contramão dessas circunstâncias, este ensaio procurará refletir sobre a abordagem do esporte junto a alunos dos cursos de graduação em comunicação nas instituições brasileiras, de modo a se superar a velha dicotomia entre teoria e prática por meio da valorização epistemológica do ensino das humanidades.

Palavras-chave: Esporte. Comunicação. Ensino. Humanidades.

RESUMEN: Al principio, no parece ser difícil justificar la presencia del deporte en nuestro escenario de la vida contemporánea. Paradójicamente, sin embargo, ¿por qué el deporte, todavía, sigue siendo objeto de discriminación por la academia brasileña e incluso una parte importante del mercado de la comunicación? ¿Por qué en las entidades científicas brasileñas, con raras excepciones, el deporte sigue siendo visto como un "tema menor"? Frente a estas circunstancias, este ensayo pretende reflexionar sobre el enfoque del deporte con alumnos de los cursos de licenciatura en comunicación en instituciones brasileñas, con el fin de superar la vieja dicotomía entre la teoría y la práctica a través del valor epistemológico de la enseñanza de las humanidades.

Palabras claves: deporte. Comunicación. Enseñanza. Humanidades.

1. INTRODUÇÃO

No Brasil, os meios de comunicação, o mercado de anunciantes e até setores da academia passaram a nomear a segunda década deste terceiro milênio como a “Década de Ouro do Esporte Brasileiro”. De fato, de 2011 a 2016, o país terá organizado quatro competições esportivas internacionais de grande porte, a saber:

- Em julho de 2011, na cidade do Rio de Janeiro, os *Jogos Mundiais Militares* – competição criada pelo CISM (Conseil International du Sport Militaire, ou Conselho Internacional do Esporte Militar) e realizada a cada quatro anos, sempre no ano que antecede a realização dos Jogos Olímpicos de Verão.

- Em junho de 2013, a princípio em seis capitais de estados brasileiros, a *Copa das Confederações de Futebol* – torneio organizado pela Federação Internacional de Futebol Associação (FIFA) com as seleções campeãs de cada continente, mais a equipe campeã no último Mundial da modalidade, em 2010.

- Em junho e julho de 2014, em 12 capitais de estados brasileiros, a *Copa do Mundo de Futebol FIFA* – competição realizada pela primeira vez em 1930 e que ocorre a cada quatro anos, intercalando-se nos anos pares com os Jogos Olímpicos de Verão.

- Em agosto de 2016, na cidade do Rio de Janeiro, os *Jogos Olímpicos de Verão* – competição inaugurada, em sua fase moderna, com os Jogos de 1896, na cidade de Atenas (Grécia), e que desde então também vem sendo realizada em intervalos de quatro anos, numa iniciativa do (COI) Comitê Olímpico Internacional.

Essas quatro competições, a serem realizadas num espaço de cinco anos, já incluíram o Brasil no mapa global da organização de eventos esportivos do Século XXI. Na verdade, estamos diante não apenas de eventos, mas sim de “megaeventos”, cuja definição vem ganhando nuances particulares nos últimos anos, em função da dimensão e das características que esses torneios ganharam a partir da segunda metade do Século XX. Para Allen (2008), pesquisador da área de turismo, megaeventos são aqueles cuja magnitude afeta economias inteiras e repercute na mídia global. Como exemplo, ele cita as Olimpíadas e as Feiras Mundiais. Outro pesquisador da área de turismo, Hall (1992), caracteriza também as Copas do Mundo, para além das Feiras Mundiais e das Olimpíadas, como exemplo de megaeventos. Em todos esses casos, teríamos eventos direcionados para o turismo internacional e que poderiam receber o radical grego “mega” (= grande) em virtude da grandiosidade de público, dos recursos investidos (públicos e privados), do comprometimento político de governos, da cobertura midiática, da construção de arenas esportivas (estádios, ginásios, pistas etc.) e do impacto socioeconômico sobre a comunidade anfitriã.

Se atentarmos para o fato de que um megaevento não está apenas vinculado à esfera esportiva, como seria o caso das Feiras Mundiais já citadas, temos que o Brasil organizou já em 2012, entre 13 e 22 de junho de 2012, um evento da maior importância na cidade do Rio de Janeiro: a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (CNUDS), conhecida popularmente como Rio+20. Sob a responsabilidade das Organizações das Nações Unidas (ONU), o encontro teve como objetivo discutir uma agenda política mundial sobre sustentabilidade, 20 anos após outro “megaevento” ter sido organizado na mesma cidade, também por iniciativa da ONU: a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD), mais conhecida como ECO-92 ou Rio-92. Pela primeira vez após o fim da II Guerra Mundial, dirigentes de todo o mundo reuniram-se entre os dias 3 e 14 de junho de 1992 em torno de uma pauta global: discutir modos de se conciliar o desenvolvimento econômico e industrial, ao lado da conservação das riquezas naturais do planeta.

Esta pequena introdução serve-nos apenas para pontuar como o Brasil – e mais especificamente a cidade do Rio de Janeiro – já incorporou há algum tempo a organização de eventos grandiosos à sua agenda. Eventos esportivos como Olimpíadas e Copas do Mundo, no entanto, por força de sua transmissão para todo o mundo por diferentes suportes midiáticos, poderiam ser entendidos como os exemplos mais bem acabados de megaeventos de nossa contemporaneidade. Isso porque, ao contrário das Feiras Mundiais ou das reuniões sobre o clima levadas a cabo pela ONU, os eventos esportivos teriam a capacidade, por meio de TVs, rádios e Internet, de superdimensionarem o fato esportivo por meio de sua mediação “online” ou “ao vivo” para bilhões de espectadores, ouvintes ou leitores em todo o mundo. Essa “mega-audiência”, observada em algumas partidas de um Mundial de futebol ou em provas clássicas de uma Olimpíada (como a disputa masculina dos 100m rasos), não tem paralelo com outras transmissões ou mediações de eventos sobre o clima ou sobre Feiras Mundiais, uma vez que o caráter agonístico da disputa esportiva (conforme apontado por Caillois, 1990), inexistente nessas atividades ou comparece nelas de maneira mitigada. Daí que a expressão “Década de Ouro do Esporte Brasileiro” faça todo o sentido, haja vista que apenas três nações do

planeta, antes do Brasil, organizaram uma Copa do Mundo de Futebol e uma Olimpíada na mesma década ¹.

Esse simples fato já justificaria, por si só, a necessidade e a importância de se discutir o esporte num país que sediará os dois principais eventos esportivos do mundo. No caso da área de comunicação, aliás, a relevância é ampliada, se atentarmos para o fato de que Copa e Olimpíada são atualmente dois dos mais significativos acontecimentos no que diz respeito ao mercado de anunciantes e ao investimento dos órgãos de imprensa quanto à cobertura midiática (meio impresso, rádio, televisão e internet). Para além disso, esses dois megaventos só conquistaram a dimensão que possuem hoje em função do aparato midiático oferecido que lhes dedicam as empresas de comunicação de todo o planeta.

Se parece ser tão fácil justificar a presença do esporte no cenário de nossa vida contemporânea, por que ele – o esporte – ainda hoje é alvo de discriminação por parte da academia brasileira e até de parte significativa do mercado de comunicação? Por que nas entidades científicas brasileiras, com raras exceções, o esporte ainda é tido como “assunto menor”? Por que o esporte, no meio televisivo, cada vez mais vem sendo associado à esfera “não séria” da vida, por força de sua aproximação da área do entretenimento? Na contramão de todas essas circunstâncias, este ensaio procurará refletir sobre a abordagem do esporte junto a alunos dos cursos de comunicação – ou de comunicação social, como será referido neste texto ² –, fruto de nossa experiência docente universitária iniciada em 1999

¹ Esse fenômeno ocorreu apenas nos EUA (Copa em 1994 e Olimpíada de Atlanta em 1996), na então Alemanha Ocidental (Copa em 1974 e Olimpíada de Berlim em 1972) e no México (Copa em 1970 e Olimpíada da Cidade do México em 1968). Antes, a Olimpíada de 1956, realizada de 22 de novembro a 8 de dezembro em Melbourne, na Austrália, teve apenas as provas de hipismo realizadas cinco meses antes em Estocolmo (Suécia), devido às restrições de entrada de animais em solo australiano. A Suécia sediaria também a Copa em 1958. A esse respeito, ver *Official Report of the Equestrian Games of the XVIth Olympiad*, em <http://www.la84foundation.org/6oic/OfficialReports/1956/or1956eq.pdf>. Acesso em 30 set. 2012.

² No momento em que este texto era concluído, no segundo semestre de 2012, o Ministério da Educação ainda não se havia manifestado quanto ao Relatório da Comissão de Especialistas referente às Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) para o Curso de Jornalismo (instituída pela Portaria Nº 203/2009, de 12 de fevereiro de 2009) nem quanto ao relatório da Comissão de Especialistas referente às Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Relações Públicas (instituída pela Portaria 595/2010, de 24 de maio de 2010). Nos dois casos, recomenda-se que os respectivos cursos tenham suas DCNs desmembradas das DCNs da área de Comunicação Social. Mais detalhes estão em http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf, a respeito do

para turmas de graduação em Jornalismo, Rádio e TV, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda.

2. O ESTIGMA DO ESPORTE NA ACADEMIA E NO MERCADO

Para responder a essas perguntas iniciais, tomemos como exemplo a recente temática dos eventos organizados pela Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), a mais abrangente entidade de estudos de comunicação no Brasil: para o Congresso Nacional e os Congressos Regionais de 2012, definiu-se como tema central “Esportes na Idade Mídia - diversão, informação e educação”. O Presidente da Intercom, Prof. Dr. Antonio Hohlfeldt, justificou nesses termos a opção – ousada – da entidade na inclusão do esporte na pauta da entidade:

Quando decidimos pelo tema do esporte e a comunicação, teve muita gente que torceu o nariz. Mas é bom lembrar que a INTERCOM sempre teve a coragem de antecipar tendências, de afrontar preconceitos e de abrir caminhos. No momento em que estamos iniciando este Congresso, eu não tenho a menor dúvida em reiterar que a escolha foi um absoluto acerto da INTERCOM. Não vou entrar em detalhes. As pessoas inteligentes e sensíveis já sabem disso. Sinto-me especialmente tranquilo com esta escolha porque não sou um sujeito que viva muito próximo do esporte. Mas não tenho a menor dúvida que as diferentes modalidades de esporte, culminando com o futebol, constituem processos extremamente complexos e vibrantes de comunicação. De massa, para quem ainda tiver dúvidas. Portanto, falemos disso, antecipando-nos a tudo o que vai nos envolver nos próximos anos.³

Se, por um lado, o texto de apresentação do Congresso Nacional da Intercom em 2012 reconhece a importância e o impacto comunicacional do esporte, tal noção não foi compartilhada por muitos dos sócios e dos internautas que costumam acessar o sítio oficial da entidade (<http://www.portalintercom.org.br>). No texto da orelha do livro oficial do mesmo evento da Intercom, já alertávamos para a rejeição

Relatório para o Curso de Jornalismo; já o Relatório para os Cursos de Relações Públicas está disponível em http://www.abrapcorp.org.br/diretrizes/Diretrizes_Curriculares_RP.pdf. As áreas de Publicidade e Propaganda e Rádio e TV ainda não estabeleceram demandas para a definição de novas DCNs em seus cursos.

³ (Texto de apresentação dos Anais do Congresso Nacional de 2012, realizado em Fortaleza-CE. Disponível em http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/sobre_congresso.htm. Acesso em 30 set. 2012)

que a escolha do esporte havia suscitado, segundo enquête levada a cabo pela entidade:

A coragem em se propor uma temática que ainda é refém de estigmas variados, entretanto, seria posta à prova em novembro de 2011, quando a própria Intercom incluiu em seu portal uma enquête para saber o que os internautas pensavam sobre o tema referendado pela entidade. O resultado, talvez de forma pouco surpreendente, apontava para 40% de desaprovação dos respondentes. Ainda que não indiquem um resultado advindo de uma pesquisa científica, esses números acabam por dar conta de um sentimento comum para todos aqueles que, ao longo de suas carreiras acadêmicas, procuraram incluir o esporte como objeto de suas investigações: o de isolamento acadêmico. Dedicar-se a pesquisas que levem em conta a relação entre esporte e comunicação é propor uma leitura a contrapelo do que a academia e o mercado costumam prestigiar na maior parte das vezes. (MARQUES, 2012).

O resultado da enquete nos dá conta do pouco prestígio das pesquisas sobre esporte no campo da comunicação e das ciências humanas. Talvez porque a tradição dos estudos sobre esporte que predominou no Brasil nas décadas de 1960, 1970 e 1980, a partir de uma visão neomarxista sobre o fenômeno esportivo, tenha preferido destacar os aspectos em que o esporte está associado à disciplina e à alienação, como fruto da sociedade pós Revolução Industrial do século XIX. Sob essa ótica, o esporte estaria relegado a uma atividade do lazer, do tempo livre ou do tempo do não-trabalho, e assim ele estaria alijado dos temas importantes que regulamentam a vida social, servindo apenas aos interesses das classes dominantes [como exemplo, temos a contribuição de Jean Marie Brohm (1976); Gerard Vinnai (1974); Roberto Ramos (1984)].

Embora essa tradição crítica de análise marxista sobre o esporte tenha ganhado novos contornos nas últimas décadas, ela ainda parece influenciar vários setores da academia brasileira. Isso porque até mesmo um autor bastante próximo dos estudos da comunicação, o semiólogo italiano Umberto Eco, acabou contribuindo sobremaneira para a perpetuação de alguns estigmas relacionados à cobertura do esporte pela imprensa. Já se tornaram clássicos seus artigos “A falação esportiva”, de 1969, e “O mundial e suas pompas”, publicado no *L'Espresso* em 19 de junho de 1978 (ambos os textos encontram-se reunidos na obra **Viagem na irrealidade cotidiana**, publicada no Brasil pela Editora Nova Fronteira). Começemos pelo segundo artigo: nele, Eco ironiza o fato de que seu texto, embora escrito para a Copa do Mundo de 1978, na Argentina, também poderia servir “com

poucas alterações e mais alguma paixão”, para a Copa de 1982, que seria realizada quatro anos depois na Espanha. Para o pensador italiano, o encanto do futebol estaria no fato de que essa prática permanecia sempre sem alterações e novidades.

Já no outro texto, Eco define a falação esportiva como a discussão e o relato que não são mais sobre o esporte, mas sim sobre a falação que a imprensa estabelece a respeito do esporte. Desse modo, o esporte atual seria essencialmente um discurso sobre a imprensa esportiva. Se algum evento esportivo não ocorresse, mas fosse contado por meio de imagens fictícias, nada mudaria no sistema esportivo internacional. A análise crítica de Eco segue contundente com o objetivo de mostrar que a falação sobre a falação esportiva tem todas as aparências do discurso político, só que, aqui, o objeto não é a “Cidade” (ou seja, o “Estado”), mas o estádio com seus bastidores; essa falação, assim, aparenta ser a paródia do discurso político. Entretanto, como nessa paródia todas as forças que o cidadão tinha para o discurso político acabam se destemperando e disciplinando, a falação esportiva passa a ser ela mesma o sucedâneo do discurso político, a ponto de chegar a ser o próprio discurso político. Daí que o esporte desempenharia o papel de falsa consciência. E mais: a falação sobre o esporte dá a ilusão de que se pratica o esporte; o falante se considera esportista e não percebe que não pratica atividade esportiva alguma.

Se a visão que o esporte recebe por parte da academia ainda é bastante influenciada pela chamada escola crítica, cenário igualmente desalentador, é dedicado por parte do mercado de comunicação. O campo do jornalismo brasileiro também cresceu e solidificou-se enxergando o esporte como um assunto pertencente a uma editoria igualmente “menor” quando confrontada com as “editorias importantes” (Política, Economia, Internacional etc.). Em nosso artigo intitulado “O estigma de ser jornalista esportivo – a discriminação do profissional de esporte na imprensa brasileira” (2003), já apontávamos para o fato de que a editoria de esportes continuava lutando, desde o início do século XX, contra o estigma do despreparo e da alienação política. O perfil desse profissional de imprensa ligado ao esporte continuava menosprezado no contexto da macroestrutura do jornal: os “focas” (aprendizes do ofício de jornalista), ao chegar a uma redação, eram designados quase que invariavelmente para cobrir o noticiário esportivo ou policial, já que as possíveis consequências de seu despreparo não interfeririam no “lado sério” da vida do leitor. Por outro lado, o estigma da alienação permanecia a rondar

o ethos desse profissional de imprensa, como atesta o jornalista americano e brasileiro Matthew Shirts:

O baixo nível cultural de alguns cronistas esportivos, a mediocridade de outros, ou o simplismo da pretensão da crônica geral brasileira, estabelece e mantém um grau de alienação bastante alto. Vê-se, no seu discurso, uma visão burguesa de poder, sem que os próprios analistas, nem os leitores, o sejam. Trata-se de reproduzir no discurso futebolista o padrão classista, burguês. (...) Mantém-se, pois, dentro desta visão, o sistema intato: os valores burgueses são fortalecidos. Questionamento qualquer, nulo. É ainda necessário enfatizar que a narrativa propõe modelos, padrões de vida. (SHIRTS, p.94).

Paralelamente a esses registros históricos, cabe-nos destacar, por outro lado, a mudança de paradigmas a que os assuntos ligados ao esporte vêm assistindo a partir do fim do Século XX no Brasil. A vivência de um regime democrático, com eleições diretas para todos os cargos executivos no país asseguradas pela Constituição Federal de 1988, parece ter sepultado parte do lugar-comum perpetuado durante o Regime Militar em nosso país de que o futebol, por exemplo, seria o “ópio do povo”, ou seja, tratar-se-ia de uma modalidade a serviço do Estado, como lhe foi imputado especialmente com o comportamento do Presidente Emílio Garrastazu Médici durante a Copa de 1970 no México. Marilena Chauí (2000), por exemplo, vê nesse Mundial de futebol o triunfo do que ela chama de “verdeamarelismo”, fenômeno que explicaria como o uso da bandeira brasileira nas comemorações do tricampeonato teria sido uma imposição do regime militar que se instalou a partir de 1964 em Brasília.

No entanto, as conquistas do futebol brasileiro ocorridas após a redemocratização do país e os novos estudos sobre o esporte realizados por pesquisadores brasileiros a partir da década de 1980 foram responsáveis por redimensionar parte da visão que se tem do fenômeno esportivo na academia brasileira. Inicialmente, para o imaginário da imprensa esportiva e do aficionado do futebol, há que se destacar o resgate da obra do jornalista, escritor e dramaturgo Nelson Rodrigues, por meio da biografia escrita pelo jornalista Ruy Castro (**O anjo pornográfico**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992) e dos dois volumes de crônicas de futebol do Nelson Rodrigues, compiladas também por Ruy Castro: **À sombra das chuteiras imortais** (1993) e **A Pátria em chuteiras** (1994), ambas também publicadas pela mesma editora. Sabia-se da genialidade de Nelson no

teatro, mas ele ainda era um autor para o qual não se dava muita atenção fora de sua dramaturgia. Quando são publicados esses volumes de crônicas, às vésperas da Copa do Mundo de 1994, a imprensa esportiva acabou descobrindo e resgatando expressões que já ninguém usava, como “o óbvio ululante”, “o Sobrenatural de Almeida”, a “grã-fina das narinas de cadáver”.

A redescoberta da escrita de Nelson Rodrigues sobre o futebol serviu igualmente para se (re)descobrir a importância sociocultural que um fenômeno como esse esporte pode ter na realidade cotidiana brasileira. Tudo isso se dá num momento em que o futebol deixava de ser visto com tanto preconceito na academia e que acabava tendo uma feliz coincidência com o Brasil sendo campeão em 1994, na Copa dos Estados Unidos. Após a descoberta da obra de Nelson Rodrigues e a conquista de 1994, o Brasil participaria de mais duas finais nas Copas seguintes: ficaria com o segundo lugar na Copa da França de 1998 e com o título em 2002 na Coreia do Sul e no Japão. Assim, a partir da década de 1990, assistimos a uma efervescência com o futebol por força de a Seleção Brasileira ter chegado a três finais consecutivas de mundiais. Assim, é natural que o futebol passasse novamente a pautar a publicidade, o mercado de anunciantes, as artes plásticas, a literatura, a comunicação, as ciências humanas, e o cinema. Do mesmo modo, o esporte intensificava sua presença na academia, nos cursos de comunicação e de humanidades de forma geral como nunca havia ocorrido até então ⁴. Aqui, cabe destacar o pioneirismo de alguns pesquisadores que incluíram o futebol na agenda das pesquisas sociológicas e historiográficas, como é o caso de Roberto DaMatta, Maurício Murad, Simoni Lahud Guedes e Ronaldo Helal, no Rio de Janeiro, e de José Carlos Sebe Bom Meihy e José Sebastião Witter, em São Paulo.

3. O QUE VOCÊ QUER SER QUANDO CRESCER?

Para além desse breve diagnóstico dos estigmas que o esporte sofria na academia e no mercado, cabe situar as perspectivas e anseios que um aluno de comunicação social demonstra ao longo do curso – e que nos parecem distintas daquelas formuladas por alunos das letras e das ciências humanas. Em nossa

⁴ Estas reflexões comparecem em entrevista que concedi pessoalmente, em agosto de 2012, ao site Ludopédio (<http://www.ludopedio.com.br/rc/index.php/entrevistas/artigo/1128>; acesso em 15 set. 2012).

prática docente universitária para alunos de comunicação, temos observado o seguinte paradigma: quais os modelos profissionais que se apresentam para os alunos de uma e de outra área? Para ilustrar a discussão, partamos da pergunta imaginária que um professor poderia formular a esses estudantes nas faculdades paulistas: “O que você quer ser quando crescer?”. Ou, em outros termos: “O que você quer ser quando acabar seu curso de graduação?”.

Num curso de literatura, a resposta que poderemos ouvir é que o aluno irá se espelhar em algumas figuras que definiram o campo na academia paulista, como Antônio Candido, Alfredo Bosi, Davi Arrigucci Jr., João Alexandre Barbosa etc. Aqueles que preferem a linguística poderão espelhar-se em José Luiz Fiorin, Diana Luz Pessoa de Barros ou ainda em Eni Orlandi. Na área de história talvez digam Nicolau Sevcenko, Carlos Guilherme Mota; nos cursos de filosofia, poderemos ter a lembrança de Marilena Chauí (já citada anteriormente) ou Renato Janine Ribeiro. Na sociologia, serão recordados os nomes de Florestan Fernandes ou Sérgio Buarque de Holanda. De forma geral, as referências dos alunos de letras ou de ciências humanas são quase que invariavelmente da academia, isto é, recorrem-se a docentes, intelectuais, pesquisadores.

Na área da comunicação social, teremos certamente resultados diferentes. Num curso de Publicidade e Propaganda, o mais provável é que os alunos digam que querem espelhar-se nos profissionais que alcançaram sucesso no mercado ou nas agências de publicidade, como são os casos de Washington Olivetto, Roberto Justus e Nizan Guanaes. Num curso de Jornalismo, vários deles não de responder que querem ser um William Bonner (que, aliás, é formado em Publicidade), um Juca Kfourri, um Ricardo Kotscho. Em alguns casos, terão como modelo a história de vida e de reflexão de um Alberto Dines. De qualquer modo, os parâmetros vêm do mercado, ou seja, das figuras de jornalistas profissionais – e quase nunca da pesquisa acadêmica. O mesmo se repetirá se as perguntas forem colocadas aos estudantes dos cursos de Rádio e TV e de Relações Públicas.

Descontando-se o possível exagero da alegoria, cabe reafirmar que essas possíveis “caricaturas” não desvirtuam a vocação dos cursos de comunicação social, especialmente os vinculados às instituições particulares, qual seja a de apresentar uma formação muito aplicada para a atuação no mercado profissional. Isso se reflete, como não poderia deixar de ser, na maneira como os alunos, de forma geral,

enxergam o esporte. Em vez de se interessar pelas teorias que explicariam o fenômeno esportivo – quase todas elas advindas das ciências humanas –, o graduando de comunicação social está mais preocupado em se preparar para atuar no mercado da imprensa esportiva (caso do jornalista ou do radialista), em saber os conceitos do marketing esportivo (caso do publicitário) ou em se aparelhar com as técnicas da assessoria de grandes atletas (caso do relações públicas). Nesse sentido, mais vale a pena o conhecimento da prática do que o da teoria. Trata-se de jovens que não parecem se preocupar em ver o esporte como algo separado do resto da vida, do resto da sociedade.

Estabelece-se assim uma abstração do fenômeno esportivo, especialmente do futebol, como se estivéssemos diante de um fenômeno isolado da vida. Esses jovens que irão trabalhar com o esporte terão dificuldades para compreender o fenômeno a partir de um viés social, econômico, político etc. Na maior parte das vezes, repetirão práticas já cristalizadas no meio profissional, reproduzindo modelos já desgastados e pouco reflexivos. É a supremacia da tal da falação esportiva a que Umberto Eco aludia: o que importa mais é saber qual o corte de cabelo do astro do futebol, quanto custou a mansão que ele adquiriu para a família, quantos pontos a equipe deve conquistar para sagrar-se campeã, qual o resultado dos jogos da véspera etc. No fundo, esse perfil mais tecnicista, que por vezes traz embutida uma pequena ojeriza à reflexão crítica sobre a própria profissão, é o mesmo que está ilustrado no diagnóstico que a Comissão de Especialistas estabeleceu sobre a realidade atual dos cursos de jornalismo no país:

A partir desta perspectiva, o conteúdo profissional do curso passou a ser caracterizado como “meramente técnico” e destituído do interesse teórico. Por outro lado, a teoria da comunicação evoluiu desvinculada do exercício da profissão, focada numa crítica geral da mídia, sem compromisso com o diálogo para uma intervenção prática na mesma. Em decorrência, os estudantes de Jornalismo desde então têm sido forçados a uma opção dramática e pouco razoável entre negar a sua profissão, em nome do “espírito crítico”, ou desprezar a teoria estudada nos cursos para se voltarem à prática, reproduzida de maneira acrítica e envergonhada. (BRASIL, 2001, p. 12 – Nota nº 3).

Temos aqui uma tendência acentuada de cisão entre a teoria e a prática, algo que comparece de maneira muito mais enfraquecida nos cursos de humanidades. Nestes, privilegia-se a discussão teórico-conceitual a tal ponto que é necessário separar o bacharelado (que representa a apreensão de conhecimento) da

licenciatura (que significa a aquisição de aptidões para o ensino e a didática do conhecimento adquirido).

4. DESAFIOS PARA A MELHOR COMPREENSÃO DO ESPORTE NA CONTEMPORANEIDADE

No caso dos alunos de comunicação, o que poderia ser feito para que prática e teoria caminhassem juntas, no sentido de que uma fornecesse elementos para a melhor execução da outra? Proporemos aqui algumas possibilidades de abordagem conceitual do fenômeno esportivo e de como ele poderia ser mais bem compreendido pelos comunicadores sociais a partir da reflexão teórica.

Uma das perguntas iniciais que a academia deveria fazer (e tentar responder) aos alunos de graduação é “O que é o esporte?”. Será que esporte é necessariamente sinônimo de saúde? Esporte é obrigatoriamente fator de inclusão social? O Estado deveria investir em atletas de alto rendimento, pensando-se em resultados e em vitórias nos megaeventos esportivos que anunciamos no início deste artigo? Essas questões todas, que normalmente aparecem misturadas e com pouco poder de esclarecimento nos meios de comunicação, podem ser melhor compreendidas a partir do empréstimo de conceitos advindos das ciências do esporte, que no Brasil estão muito associadas ao campo da Educação Física. De maneira geral, procura-se aqui definir o esporte a partir de três manifestações distintas⁵: o esporte-educação (relacionado ao aspecto formativo e educacional da prática esportiva); o esporte-participação (relacionado a práticas lúdicas de integração social e de ocupação do tempo livre); e o esporte-performance (este relacionado ao esporte de alto nível, ou seja, aquele destinado à competição, como vemos nos megaeventos).

Num segundo momento, qualquer tratamento do esporte nos cursos de comunicação deveria partir ainda de dois autores canônicos – e obrigatórios – para se compreender o fenômeno esportivo: trata-se do historiador holandês Johan Huizinga e seu livro **Homo Ludens** (publicado inicialmente em 1938), e do francês Roger Caillois, com **Os Jogos e os Homens** (lançado em 1966).

⁵ A esse respeito, ver TUBINO, M.J.G. **As Dimensões Sociais do Esporte**. São Paulo: Cortez Editores Associados, 1992.

Huizinga (1872–1945) supervaloriza a importância da atividade lúdica em nossa civilização, afirmando que o jogo é anterior à cultura. Nesse sentido, ele busca analisá-lo e compreendê-lo como função da cultura, uma vez que o fascínio do ser humano diante do jogo não poderia ser explicado apenas por razões fisiológicas ou biológicas. Daí a aproximação que Huizinga vê entre o jogo e o culto. Sua caracterização advém do fato de que o jogo é uma atividade totalmente voluntária e temporária, que estabelece uma limitação no tempo e no espaço, além de estabelecer e ser ordem.

Já Roger Caillois (1913–1978) renova a abordagem sobre o jogo e o esporte, redefinindo o jogo como uma atividade livre, delimitada, incerta, improdutiva, regulamentada e fictícia. A partir de uma taxonomia muito próxima daquela que é sugerida por Huizinga, Caillois avança na compreensão do fenômeno, estabelecendo outra tipologia para classificar a natureza social dos jogos: estes poderiam ser divididos em quatro categorias: *agon* (jogos de competição entre oponentes, caráter de qualquer esporte de alta competição); *alea* (jogos de sorte e azar, simbolizados nas loterias, cassinos, cartas etc.); *mimicry* (jogos de representação e simulacro, espetacularizados no carnaval, no teatro, na dança, na imitação que fazemos uns dos outros); e *ilinx* (jogos de busca da vertigem, como esportes radicais, alguns equipamentos de parques de diversão, uso de drogas e álcool etc.).

Para encerrar a contribuição que os saberes das humanidades podem oferecer ao tratamento do esporte nos cursos de comunicação social, poderíamos citar muitos outros autores estrangeiros – para além dos precursores nacionais já elencados no final do item 2 deste artigo, especialmente o antropólogo Roberto DaMatta e sua obra seminal **Universo do futebol** (1982). Por ora, entretanto, fiquemos com outros dois franceses: um é o sociólogo Pierre Bourdieu; o outro é o semiólogo Roland Barthes.

Pierre Bourdieu (1930-2002) tem vários subsídios para a compreensão do fenômeno esportivo na contemporaneidade, mas três de seus artigos nos parecem mais precisos e felizes. São eles: “Como é possível ser esportivo?” (1983); “Programa para uma sociologia do esporte” (1990); e “Os Jogos Olímpicos” (1997). Nesses textos, compreendemos bem o caráter disciplinador da atividade esportiva, tendo em vista que a escola logo percebeu que, por meio do esporte, poderia ocupar

com menor custo os jovens que estavam sob sua responsabilidade em tempo integral. Isso porque, “quando os alunos estão no campo dos esportes, é fácil vigiá-los, dedicam-se a uma atividade ‘sadia’ e direcionam sua violência contra os colegas ao invés de direcioná-la contra as próprias instalações ou de atormentar seus professores.” (BOURDIEU, 1983, p. 146). É de Bourdieu também a compreensão de que a maior parte dos esportes coletivos (basquetebol, handebol, rugby, futebol), cuja prática é maior entre os empregados de escritório, técnicos e comerciantes, e sem dúvida também os esportes individuais mais tipicamente populares, como o boxe ou a luta livre, acumulam todas as razões para repelir os membros da classe dominante. Isso se dá, segundo o sociólogo francês, pela composição social do público dessas modalidades, em função dos valores que estariam em jogo, como força, resistência, disposição à violência, espírito de sacrifício (ibidem, p. 150).

Por fim, temos Roland Barthes (1915–1980), que publicou em 1961 o texto “O que é o esporte?”, a partir de uma encomenda do cineasta canadense Hubert Aquin, que realizava o documentário “O esporte e os homens”. Com seu olhar estruturalista e sua escrita cativante, Barthes nos oferece uma análise semiológica sobre a tourada na Espanha (a qual ele mesmo não sabe definir se se trata de um esporte), o automobilismo nos Estados Unidos, o ciclismo na França, o hóquei sobre o gelo no Canadá e o futebol na Inglaterra. Num ensaio de rara beleza poética, Barthes responde de maneira simples à mais enigmática das questões: “O que , então, os homens colocam no esporte? Eles mesmos, seu universo de homem. O esporte é feito para relatar o contrato humano” (BARTHES, 2009, p. 105).

Esta pequena amostra epistemológica sobre o esporte, com conceitos e definições advindas das humanidades, não pode ser ignorada pelos cursos de comunicação social, seja lá qual a denominação que receberem no futuro, a partir das designações a serem propostas pelas novas Diretrizes Curriculares Nacionais. A nosso ver, tais conhecimentos e reflexões, longe de apontar para um acirramento da dicotomia Prática x Teoria, poderiam enriquecer a formação dos alunos de comunicação no sentido de os tornarem mais preparados para a compreensão do fenômeno esportivo – e, por conseguinte, de todos os megaeventos que o país organizará na “Década de Ouro do Esporte Brasileiro”.

Portanto, numa perspectiva relacionada à práxis, seria interessante evitar o lugar-comum que se atribui ao esporte e buscar alternativas de reinvenção da

cobertura esportiva pelos meios de comunicação. Isso implica em avançar para além dos resultados, dos números, das tabelas e das cifras do marketing, como também implica em ir além de se encarar o esporte apenas como fator de entretenimento. No mesmo sentido, a perspectiva relacionada à episteme poderia dar seu contributo: é necessário que se compreendam as relações multiculturais do esporte, e não apenas o factual dos acontecimentos esportivos. Ler textos sobre sociologia do esporte, semiótica da cultura, antropologia, história etc. poderá revelar-se bastante útil para que o esporte seja entendido a partir de perspectivas diferentes daquelas que normalmente se dedicam a ele atualmente. Isso faria com que se pensasse numa prática profissional que não perpetuasse estigmas, preconceitos e discriminações sociais, de um lado, nem juízos inadequados sobre a origem do esporte na sociedade contemporânea, de outro.

JOSÉ CARLOS MARQUES

Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Departamento de Ciências Humanas da Universidade Estadual Paulista (UNESP) – Campus de Bauru (SP). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Licenciado em Letras pela USP. Autor da obra *O futebol em Nelson Rodrigues* (2ª ed. São Paulo: EDUC, 2012) e de diversos textos em que discute a relação entre esporte e comunicação. Líder do GECEF (Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol) e integrante do LUDENS (Núcleo Interdisciplinar de Estudos sobre Futebol e modalidades Lúdicas).

REFERÊNCIAS

ALLEN, Johnny et all. **Organização e gestão de eventos**, Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2008.

BARTHES, Roland. “O que é o esporte”, em **Revista Serrote**, nº 3, São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2009.

BOURDIEU, Pierre. “Como é possível ser esportivo?” em **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

_____. “Programa para uma sociologia do esporte”, em **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **Sobre a televisão** – seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRASIL. Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo – **Relatório da Comissão de Especialistas** instituída pelo Ministério da Educação.

BROHM, Jean-Marie. **Sociologie politique du sport**. Nancy: P.U.N., 1976.

CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens**. Lisboa: Portugal, 1990.

CHAUÍ, Marilena. O verdeamarelismo. In **Brasil – mito fundador e sociedade autoritária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

DaCOSTA, L. P.; MIRAGAYA, A. Estado da Arte do Conhecimento sobre Legados de Megaeventos Esportivos no Exterior e no Brasil. In: DaCOSTA, L. P. et al. (Ed.). **Legados de megaeventos esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008. p. 33-45.

DAMATTA, Roberto. **Universo do futebol**: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

HALL, C. M. **Hallmark tourist events**: impacts, management & planning. Londres: Belhaven Press, 1992.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1990.

MARQUES, J.C. Ousadia acadêmica. In MARQUES, J.C & MORAIS, O. J. (Org.) **Esportes na Idade Mídia**: diversão, informação e educação. São Paulo: Intercom, 2012.

MARQUES, José Carlos. “O estigma de ser jornalista esportivo (a discriminação do profissional de esporte na imprensa brasileira)”. In **Anais INTERCOM – XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação 2003**. São Paulo: Intercom, 2003.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom & WITTER, José Sebastião. (org.) **Futebol e cultura**: coletânea de estudos. São Paulo: Imprensa Oficial: Arquivo do Estado, 1982.

RAMOS, Roberto. **Futebol**: ideologia do poder. Petrópolis: Vozes, 1984.

SHIRTS, M. “Futebol no Brasil ou football in Brazil?”, In MEIHY, José Carlos Sebe Bom & WITTER, José Sebastião. **Futebol e cultura**.

TAVARES, Otavio. “Megaeventos Esportivos”, em **Revista Movimento**, Porto Alegre: v. 17, n. 03, p. 11-35, jul/set de 2011.

VINNAI, Gerhard. **El fútbol como ideología**. Buenos Aires: Siglo XXI, 1974.