

DOI: 10.21204/2359-375X/

Por um salto de qualidade nas pesquisas do esporte no campo da Comunicação e do Jornalismo

For a quality leap in sports research in the field of
Communication and Journalism

Rafael FORTES¹

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Resumo

Há uma carência de discussões epistemológicas, de estados da arte e de debates consistentes nos estudos do esporte na Comunicação e no Jornalismo. Partindo deste diagnóstico, este trabalho dá prosseguimento a duas iniciativas anteriores, desenvolvendo algumas ideias. Mais precisamente, aborda cinco tópicos: futebol; megaeventos; mídias alternativas; publicidade, marketing, aspectos econômicos e comerciais; usos das literaturas jornalística e científica. O objetivo é contribuir para que os estudos de esporte venham a se estruturar como um subcampo de estudos.

Palavras-chave

Pesquisa científica; Livros jornalísticos; Esporte; Mídia; Epistemologia; Futebol.

Abstract

There is a lack of epistemological discussions, state of the art and consistent debates in Communication and Journalism sports research [...]. Starting from this diagnosis, this paper develops some ideas from two previous initiatives. More precisely, it addresses five topics: soccer; megaevents; alternative media; advertising, marketing, economic and commercial aspects; uses of journalistic and scientific literatures. The objective is to contribute to structuring of sports studies a subfield of studies.

Keywords

Scientific research; Journalistic books; Media; Epistemology; Football (Soccer).

RECEBIDO EM 07 DE MARÇO DE 2017
ACEITO EM 27 DE MARÇO DE 2017

¹ Pós-doutor pelo Departamento de História da University of California, San Diego (UCSD), EUA. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Professor do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Unirio) e coordenador do Laboratório de Comunicação e História (Lachi – www.lachi.com.br). Atua no corpo permanente do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da Universidade Federal de Minas Gerais. Jovem Cientista do Nosso Estado (2015-2017) da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj). Coordenador (2017-8) do grupo de pesquisa (GP) Comunicação e Esporte da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Contato: raffortes@hotmail.com

Introdução

A curiosidade intelectual, o dever de ofício de conhecer a produção científica, a insatisfação com boa parte do que leio e o desejo de contribuir para o avanço do subcampo² levaram-me a produzir dois artigos sobre a pesquisa do esporte na Comunicação no Brasil (FORTES, 2011; FORTES, 2014).

Passados alguns anos da publicação de ambos, relendo-os, percebo duas coisas. Primeiro, que o campo cresceu e evoluiu. Houve avanços em termos quantitativos e qualitativos. Isto pode ser percebido tanto pela qualidade média dos trabalhos apresentados no Congresso Nacional da Intercom³ quanto por artigos que vêm sendo publicados em diferentes revistas da área. Segundo, que, não obstante tal evolução, o voluntarismo parece permanecer a orientação e motivação principal de muitos que se dedicam a desenvolver projetos e pesquisas de mestrado e de doutorado. Tal inconsistência também aparece na produção de doutores (desenvolvo esta questão adiante).

Como, nos dois artigos citados, apresentei observações, críticas e sugestões em relação a problemas que considerei comuns a vários trabalhos, o convite para participar deste dossiê pareceu-me uma oportunidade adequada para desenvolver algumas destas contribuições anteriores. Para tanto, abordo cinco tópicos: futebol; megaeventos; mídias alternativas; publicidade, marketing, aspectos econômicos e comerciais; usos das literaturas jornalística e científica.

Futebol

Quando me referi a “ir além do futebol (e, dentro do futebol, dos tipos de análise e recorte usuais)” (FORTES, 2011, p. 607), tal sugestão pode ser dividida em quatro aspectos, que considero urgente levar em conta para o subcampo avançar.

Primeiro, *ir além do futebol*. É preciso desenvolver pesquisas que abordem outras modalidades esportivas, aspectos transversais (considerando mais de uma modalidade ao mesmo tempo, ao abordar gênero, classe, raça/etnia e outros cortes e categorias) e/ou o esporte sem distinção de modalidades.

² Por *subcampo*, refiro-me aos estudos do esporte na área de Comunicação no Brasil. Utilizo o termo no sentido de Bourdieu (1983b).

³ O artigo publicado em 2014 analisava os trabalhos apresentados no congresso de 2012, cujo tema foi o esporte (FORTES, 2014). Para uma narrativa sobre a trajetória institucional do GP Comunicação e Esporte, ver Marques e Rocco Junior (2014).

Argumentei anteriormente que, entre 1999 e 2012, em todos os anos, ao menos metade dos trabalhos apresentados no GP Comunicação e Esporte no Congresso Nacional da Intercom tratavam de futebol (FORTES, 2014). Em 2010 e 2012, o índice foi igual ou superior a 70%. Entre 2013 e 2016 a tendência geral se manteve, exceto pelo último ano, conforme a tabela abaixo:

Tabela 1 - Trabalhos sobre futebol⁴

Ano	Trabalhos relativos a futebol (F)	Total de trabalhos (T)	Percentual (F/T)
2016	23	50	46%
2015	36	50	72%
2014	27	36	75%
2013	16	25	64%

Em 2015 e 2014, houve foco significativo nas Copas do Mundo de futebol, contribuindo para que trabalhos abordando a modalidade compusessem mais de 70% do total. Em 2016, a realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos no Rio de Janeiro, objeto de nove comunicações, parece ter ajudado a reduzir o percentual de artigos sobre futebol. Os dois anos mais recentes marcaram também o recorde de trabalhos aprovados: 50. A ver se tal quantidade e diversidade se manterão de 2017 em diante.

Segundo, *dentro das pesquisas sobre futebol*, explorar novos dados, abordagens, temas, conceitos e problemas. Por exemplo, extrapolar as discussões sobre seleção brasileira, identidade nacional e competições curtas de seleções (mundiais, sul-americanos etc.). Ao discutir a questão nacional, explorar os campeonatos de clubes⁵, as composições multinacionais dos elencos de clubes (inclusive brasileiros) e/ou seleções e suas relações com a economia do futebol e geral⁶; ao abordar a questão da identidade nacional associada às seleções, explorar objetos distintos da fase final da Copa do Mundo⁷: Eliminatórias, amistosos, campeonatos continentais, critérios para nacionalização e atribuição de nacionalidade⁸, construções de características de

⁴ Fonte: elaboração própria a partir dos trabalhos completos disponibilizados no site da Intercom. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/eventos/congresso-nacional/20151>>. Acesso em: 18 dez. 2016.

⁵ Afinal, não seria o campeonato *brasileiro* um objeto pertinente para analisar representações da identidade nacional?

⁶ É digno de nota que trabalhos sobre identidade nacional ignorem o fenômeno da imigração, ou apenas o mencionem de passagem, sem discuti-lo.

⁷ O fato de praticamente todos os trabalhos tratarem a *fase final* da Copa do Mundo como a *Copa do Mundo* é revelador do quanto o campo de estudos dialoga com a cultura (senso comum) do futebol no Brasil e do desconhecimento de tal fenômeno noutros países.

⁸ Por *atribuição de nacionalidade*, refiro-me aos múltiplos e às vezes contraditórios critérios dos meios de comunicação e das federações esportivas.

nacionalidades estrangeiras em campeonatos nacionais⁹, campeonatos de mulheres e de categorias de base, futebol paralímpico, videogames e jogos eletrônicos etc¹⁰.

Terceiro, aproveitar, nos estudos sobre futebol, as pesquisas existentes sobre esporte e/ou sobre outras modalidades. A maioria dos trabalhos sobre futebol ignora qualquer bibliografia sobre esporte que não trate da própria modalidade. Nas referências de trabalhos científicos sobre futebol, é mais fácil encontrar cinco ou seis livros de jornalistas (frequentemente tratados como se fossem obras científicas, problema que abordarei adiante) do que três artigos, livros, teses ou dissertações científicas sobre esporte (que não sejam sobre futebol). Sem querer especular a respeito das causas desta situação, limito-me a apontar algo que parece óbvio para alguém na minha posição (adoro futebol, mas não o pesquiso): os trabalhos sobre ele perdem muito ao ignorar a bibliografia sobre esporte, e terão muito a ganhar se seus autores compreenderem que, apesar da dimensão e relevância indiscutíveis, o futebol integra o campo esportivo¹¹.

Quarto, buscar interfaces e elementos de comparação entre a presença e cobertura do futebol e as manifestações relativas a outras modalidades e/ou ao esporte em geral. Tomando como exemplo a articulação entre selecionado nacional de futebol e identidade nacional (tema hegemônico), observar que argumentos são usados para tal construção em outros países; que argumentos são usados em torno da seleção nacional de futebol nos países em que ele não é a principal modalidade; e que argumentos são usados em torno da seleção e/ou representação nacional *da modalidade favorita* em países em que ele não é o mais popular¹².

⁹ Como se representa o *futebol brasileiro* na imprensa espanhola? Como se representa o futebol argentino e/ou os jogadores argentinos que atuam em clubes brasileiros nos diferentes veículos de comunicação espalhados pelo território nacional?

¹⁰ Um exemplo: quando criança/adolescente, recordo-me de que havia um programa – creio que semanal – na Rádio Globo AM do Rio de Janeiro chamado Portugal Esportivo, que cobria a primeira e segunda divisões do campeonato português de futebol. À época, não havia internet tal como a conhecemos desde meados dos anos 1990. O programa poderia render discussões sobre futebol e identidade nacional. Outro exemplo é o programa *The book is on the table*, do canal de TV por assinatura ESPN.

¹¹ No mínimo, isto reduziria um erro frequente: tratar como característica específica do futebol (ou da cobertura midiática do futebol) traços que também se observam em outras modalidades – só que o pesquisador não sabe, pois não lê a produção científica existente. No sentido inverso, outro erro comum é tratar como características do *jornalismo esportivo* traços que são específicos do *jornalismo sobre futebol*. Novamente, a ignorância produzida pelo olhar exclusivo para o futebol impede que se perceba as similaridades e diferenças, o todo e a parte.

¹² Tudo isto, evidentemente, num nível raso de percepção da realidade, segundo o qual a variável *modalidade mais popular/importante* é algo nítido e imediatamente apreensível no que diz respeito

Megaeventos

À preferência pelo futebol, mescla-se outra variável, brevemente apontada no item anterior: o foco nos megaeventos, sobretudo Copas do Mundo e Jogos Olímpicos de Verão (no Brasil, comumente tratados como se fossem a totalidade dos Jogos Olímpicos). Creio que isto pode ser explicado, em parte, pelo interesse despertado pela realização recente de ambos no país. Contudo, tal ênfase tem sido acompanhada por alguns problemas:

a) Pelo que percebo, a ampla maioria dos trabalhos não parte do estado da arte para produzir conhecimento novo e preencher lacunas. Em boa parte dos casos, trata-se de iniciativas voluntaristas baseadas num engajamento em relação ao tema (ou seja, uma *vontade de pesquisar o assunto*), que resulta na elaboração de projetos que podem até ser interessantes, mas não se articulam com uma agenda de investigação que permita avançar o conhecimento.

b) Acredito que isto se explique, em parte, pelo interesse despertado pelo esporte em pessoas que não têm trajetória de pesquisa sobre o tema e/ou conhecimento da bibliografia a respeito. Por um lado, é alvissareiro que, graças aos megaeventos de 2014 e 2016, o esporte tenha atraído a atenção de mais pesquisadores (em formação ou doutores), avançando em direção ao status de objeto relevante e digno como qualquer outro. Por outro lado, noto que a ampla maioria desses trabalhos, pelos motivos citados, pouco ou nada acrescenta ao subcampo. Além disso, como aponte, há que se ver quantos destes pesquisadores permanecerão interessados no tema a médio e longo prazo – sobretudo numa área recente e afeita a modismos como a Comunicação.

O aumento do número de doutores tratando de esporte não me parece ter sido acompanhado de um salto qualitativo proporcional naquilo que se publica¹³. Trata-se, em boa parte, de pesquisadores que passaram a escrever sobre o tema sem se preocupar em adquirir alguma erudição sobre o objeto ou em conhecer o estado da arte. Começa-se a escrever sobre esporte como se nenhuma pesquisa tivesse sido feita e como se ignorar o que existe não constituísse problema, nem fizesse falta¹⁴. Tal

a cada país, Estado-nação ou identidade nacional – o que, claro, é bastante discutível, embora raramente problematizado pelos pesquisadores.

¹³ Parecem-me muito mais promissores os trabalhos de alguns mestrandos, doutorandos e recém-doutores que vêm se dedicando ao esporte em suas trajetórias de formação como pesquisadores.

¹⁴ Não tecerei aqui considerações sobre o sistema amador e voluntário de avaliação por pares das revistas, em parte responsável pela publicação de tantos artigos ruins. Apenas registro que praticamente todos os pareceres que recebi até hoje recomendando a rejeição de artigos meus sobre esporte sequer traziam *uma linha* sobre o tema. Situação idêntica ocorre com projetos

postura é lamentável, porém compreensível quando adotada por pesquisadores em formação; no caso de doutores, é injustificável.

c) Quando se trata do futebol, a ênfase em grandes eventos significa que boa parte das análises se volta não para manifestações midiáticas cotidianas da modalidade, mas para situações *extraordinárias*, como as fases finais de Copa do Mundo, que ocupam um a cada 48 meses do calendário. Em outras palavras: privilegia-se a *exceção*, e não a *regra*. O que estou chamando de regra? Por exemplo, a cobertura de quatro clubes de futebol (Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco), à qual emissoras líderes de audiência no rádio AM do Rio de Janeiro dedicam entre três e quatro horas diárias de programação, de segunda a sexta-feira – sem contar inserções em noticiários sobre assuntos diversos; transmissões de partidas e os programas que as precedem e sucedem; e atrações semanais. Nos canais da televisão aberta também há programas regulares. Em diferentes canais esportivos da televisão por assinatura, são várias horas em qualquer dia da semana e época do ano dedicadas à cobertura do futebol. Este amplo espaço, com acompanhamento diário de treinos e atividades, constitui parte significativa e crucial da cobertura midiática do esporte no Brasil. Contudo, parece interessar pouco como objeto de estudo.

Trocando em miúdos: conheço vários trabalhos sobre as Copas do Mundo realizadas no Brasil (1950 e 2014)¹⁵, sobre a participação da seleção brasileira em outras Copas e em Jogos Olímpicos. Contudo, não conheço *um bom trabalho sequer* sobre programas como *Globo Esporte*, *Giro Esportivo*, *Globo Esportivo*, *Show do Apolinho* e *Panorama Esportivo*, ainda que alguns deles estejam (ou tenham estado) no ar por décadas e figurem entre os de maior audiência do rádio no Rio de Janeiro. Peguei a banda AM do Rio como um exemplo. Centenas de possibilidades estão espalhadas pelo território nacional, pelo exterior e pela internet.

Contudo, cabe perguntar: se o ordinário é pouco pesquisado, qual é, exatamente, o estatuto do conhecimento que se está produzindo? Do que se está falando quando se usa expressões como “marketing esportivo”, “jornalismo esportivo”, “mídia especializada” ou “futebol na televisão”? Definições extraídas de manual, evidentemente, não resolvem.

Era a isto que me referia quando propus que se pesquisasse “aspectos cotidianos, comuns, ordinários do esporte nos meios de

submetidos a agências de fomento. Alguém imagina o mesmo acontecendo com um artigo sobre campanhas publicitárias, jornalismo, cinema ou economia política da comunicação?

¹⁵ É possível que existam *dezenas* de trabalhos sobre a edição de 2014.

comunicação” (FORTES, 2011, p. 607). Apenas recentemente foram realizados trabalhos a respeito de traços corriqueiros como *replay* e *ao vivo*, explorando a construção de uma linguagem televisiva para abordar o futebol e as características técnicas das transmissões de jogos. Refiro-me, respectivamente, aos trabalhos de mestrado desenvolvidos por Silveira (2013) e Ushinohama (2014), dos quais pude acompanhar a apresentação de resultados parciais nos congressos anuais da Intercom. São contribuições importantes para uma melhor compreensão daquilo que muitos tendem a chamar genérica e simplesmente de *esporte*, mas que é o *esporte tal qual construído pelas emissoras de televisão*. Trata-se, ademais, de investigar *questões comunicacionais*, e não limitar a discussão a um uso dos meios de comunicação como fontes para falar sobre esporte.

d) Mesmo considerando o foco em grandes eventos esportivos, praticamente inexitem trabalhos sobre campeonatos mundiais de outras modalidades que não o futebol; no caso dos Jogos Olímpicos, que abordem modalidades distintas do futebol e assuntos que não a participação brasileira ou a questão geral dos megaeventos esportivos.

e) O olhar para outros eventos e modalidades permite problematizar a própria categoria *megaeventos*. Boa parte dos trabalhos afirmam que Copas do Mundo de futebol e Jogos Olímpicos de Verão são megaeventos esportivos. Parecem ignorar que estas são as principais competições internacionais *em termos de audiência no Brasil*, o que é diferente de dizer que são os únicos ou os maiores megaeventos em termos de audiência, interesse comercial etc., tanto em todo o mundo quanto em países específicos. Penso, por exemplo, na Copa do Mundo de Rúgbi, nos Jogos da Commonwealth, nos Jogos Olímpicos de Inverno ou no Super Bowl (final da National Football League dos EUA). Até que ponto são (ou não) megaeventos? E, o mais importante: qual é, precisamente, a relevância do conceito de megaevento para as análises realizadas? Isto nem sempre fica claro em boa parte dos trabalhos.

f) Vale destacar, ainda, eventos como campeonatos estaduais, municipais, desafios, exposições, competições amadoras, ligas e campeonatos escolares, certames de imigrantes etc. A maioria deles requereria atentar para produtos comunicacionais que não os das principais redes e grupos empresariais do setor, assunto do próximo item.

Outras mídias, outros olhares

Este item abrange duas proposições. Primeiro, “ampliar o escopo dos objetos empíricos para além da mídia corporativa e dos principais

veículos e programas do jornalismo esportivo” (FORTES, 2011, p. 608). Como argumentei no item anterior, *sequer* programas de grande audiência há décadas no ar nas cidades mais populosas do país foram pesquisados. Portanto, é necessário ampliar o leque de objetos. Mas sugiro também que se olhe para além dos conglomerados de mídia e dos veículos a eles associados (jornais, portais de internet, emissoras de radiodifusão etc.). Como afirmei:

Há um vasto universo de produções – populares, democráticas, comunitárias, alternativas, nânicas, progressistas, independentes, de esquerda ou como se quiser chamá-las – que carecem de estudo no que diz respeito ao esporte. Muitas delas, é verdade, ignoram o fenômeno esportivo, preferindo abordar temas como política e economia. Mas será que o esporte nunca é pauta? Pouco provável. Um exemplo: uma análise de vídeos produzidos por cooperativas e grupos de jovens nas periferias das grandes cidades brasileiras (...) talvez possa nos dizer muito sobre o esporte tal qual vivido pelas pessoas comuns e (...) as apropriações (...) das novas tecnologias pelos agentes sociais, ao contrário da cobertura da mídia hegemônica, que se volta quase sempre para um número reduzido de competições profissionais. A mídia corporativa escolhe privilegiar certas competições profissionais em detrimento do esporte do dia-a-dia. Contudo, isto de forma nenhuma significa que este está ausente de *todas as formas de produção midiática*. Por um lado, há todo um mundo que não entra na pauta da mídia hegemônica; por outro, há toda uma comunicação contra-hegemônica que raramente chega a ser estudada no que diz respeito à abordagem do tema esporte. (FORTES, 2011, p. 608).

Segundo, dentro da mídia hegemônica, ampliar os olhares e a percepção de divergências e complexidades. Mesmo considerando as Organizações Globo como um dos principais conglomerados de mídia mundiais (MORAES, 2011), ao analisar o esporte, é razoável tratar todas as manifestações de todos os jornalistas e agentes sociais veiculadas por elas como um bloco unívoco? Tenho dúvidas. As intervenções feitas em programas ao vivo do Sportv equivalem aos videoteipes de programas como *Globo Esporte* e *Esporte Espetacular* (gravados, editados e vistos pelo editor-chefe antes de irem ao ar)? Mesmo dentro do dominical *Esporte Espetacular*, a possibilidade de críticas e/ou de discussão de certos aspectos do esporte é a mesma nos VTs e nas transmissões ao vivo? Talvez. Defendo que é preciso pesquisar.

Explorar interfaces da comunicação com a promoção e comercialização do esporte

Em primeiro lugar, cabe ressaltar que estes aspectos frequentemente estão presentes no jornalismo: quando uma emissora, durante a semana, coloca no ar numerosas reportagens a respeito de uma final de campeonato que ela transmitirá no domingo, trata-se de informação ou propaganda? (Na medida em que estou propondo olhares complexos, tendo a afirmar que *ambos*.) A separação entre jornalismo e publicidade, característica dos cursos de graduação em Comunicação, me parece inadequada para a descrição e análise científica de boa parte dos fenômenos comunicacionais relativos ao esporte. Outrossim, advogo a urgência de mais investigações sobre esporte que abordem *quaisquer* aspectos da comunicação que não o jornalismo. Digo isto por considerar outros aspectos e áreas da Comunicação sub-representados nos estudos do esporte: o jornalismo atrai a maioria das atenções.

Segundo, urge explorar “as múltiplas formas de associação a consumo, marcas, produtos, grupos econômicos e empresas”, inclusive as de comunicação (FORTES, 2011, p. 609). Por exemplo, quanto à “subordinação dos esportes (...) às grades de horário das emissoras de televisão, as quais, ao comprarem os direitos de transmissão exclusiva, convertem-se em agentes com poder para intervir diretamente na formulação e organização das competições” (FORTES, 2011, p. 609), trata-se de algo afirmado e repetido acriticamente em numerosos trabalhos acadêmicos, mas nunca investigado, descrito e demonstrado.

Falta pesquisar também a “lógica da exclusividade [que] muitas vezes impede ou restringe o acesso do público à informação, uma vez que o que será transmitido (e em que condições) e o que será excluído é decidido a partir de critérios privados das emissoras, os quais podem contrariar os interesses do público” (FORTES, 2011, p. 609). Ou seja, uma emissora pode deter o monopólio de transmissão de uma competição, mas decidir não transmiti-la. Às vezes, isto se dá mesmo que clubes, seleções ou atletas brasileiros participem do evento. Como fica o público interessado? É possível conciliar capitalismo monopólico, direito à propriedade, interesse (do) público e direito à comunicação? O que a análise do que ocorre com diferentes modalidades e emissoras permite saber? Apenas no futebol profissional transmitido em rede nacional pela Rede Globo, nas duas últimas décadas, em dezenas de ocasiões que a seleção brasileira não chegou à final de Copa América ou times brasileiros não alcançaram as fases finais de Copas Libertadores, Mercosul,

Conmebol, Sul-Americana ou Supercopa dos Campeões, e a emissora, tendo os direitos exclusivos, não transmitiu os jogos (finais, semifinais, quartas-de-finais etc.). Inexistiu, como é praxe, compromisso com qualquer interesse que não o do próprio lucro. Contudo, desconheço pesquisas que explorem estas questões – a maioria se limita a tratar as coberturas esportivas que foram realizadas, ao passo que ninguém se interessa por aquelas que *não foram* realizadas ou o foram pela metade. Pesquisas sobre as condições de produção ou sobre a recepção ainda são raríssimas.

A exploração comercial do esporte frequentemente é tratada por pesquisadores da Comunicação como se fosse um fenômeno aberrante, recente ou *errado*, ignorando-se ao menos duas décadas de produção científica de História, no Brasil e no exterior, apontando o contrário. Muitos discursos acadêmicos se aproximam de um certo senso comum do jornalismo esportivo: por exemplo, ao celebrar o passado como uma época nobre, em que os futebolistas jogavam *por amor à camisa*. Não tinham direitos trabalhistas, raros se aposentaram, eram descartados pelos clubes quando enfrentavam contusões e doenças graves ou repetitivas. Desde a virada do século XIX para o XX, a defesa do amadorismo contra o profissionalismo continha um notável caráter de classe¹⁶, além de ser uma expressão do racismo presente na sociedade brasileira (DRUMOND, 2009; SANTOS, 2009). Falo de pesquisar a exploração comercial sem tratar o esporte e o capitalismo como fenômenos com essências¹⁷ distintas, e sim para discutir de maneira madura de que forma a apropriação capitalista – frequentemente monopólica – do esporte tem consequências com a abordagem do mesmo. Considerando a briga monopolista pelos direitos de transmissão, lanço algumas questões: É razoável e útil analisar a cobertura e/ou a transmissão de eventos e competições ignorando a questão dos direitos de transmissão e os possíveis vínculos e/ou relações dos veículos jornalísticos que se está pesquisando com aqueles que detém tais direitos? Quais as diferenças e semelhanças entre as coberturas de emissoras que detém os direitos de transmissão (ou de veículos que fazem parte de grupos empresariais que os detém) e aquelas de veículos

¹⁶ Este caráter de classe considerava os *torcedores* (pobres) elementos indesejados nos jogos de futebol, ao contrário dos *sócios* dos clubes (considerados educados e superiores).

¹⁷ *Essência* é um daqueles termos que evidenciam toda uma visão de mundo: uma apreensão do esporte por intermédio do senso comum, e não como fenômeno construído social, histórica, geográfica, midiaticamente – o que configuraria um olhar desde algumas das Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas (CHSSA). Portanto, a frequência com que ele aparece é um indício da necessidade de um salto de qualidade que advogo neste ensaio.

alijados das transmissões? É possível afirmar que a relação com tal exclusividade estrutura/determina a cobertura? Refiro-me a forma, conteúdo, enquadramentos, ênfase em aspectos positivos ou negativos etc¹⁸.

Tão importante quanto discutir cada uma destas questões ou investigá-las a fundo é indagar: quais as consequências de ignorá-las quando se pesquisa comunicação e esporte? Quais as implicações, em termos teórico-metodológicos, de se atentar para estes pontos? Ignorar tais aspectos estruturais impacta a cientificidade dos trabalhos? Em que grau?

Mesmo trabalhos jornalísticos sérios, como aquele realizado por Ribeiro Junior e colegas a respeito das malversações praticadas durante as trajetórias dos dirigentes brasileiros João Havelange e Ricardo Teixeira (RIBEIRO JR. et al., 2014) levam a questão em conta e apresentam dados úteis para a pesquisa científica sobre mídia e esporte – em particular, sobre futebol, direitos de transmissão de competições e megaeventos. Contudo, seguem amplamente ignorados pela literatura científica, tal como obras semelhantes publicadas em anos anteriores (como JENNINGS, 2011). Note-se, portanto, que os problemas extrapolam o que afirmei no item um: não se trata *apenas* de usar obras jornalísticas como se fossem científicas, mas também de *que obras* usar. Parece-me que justamente as mais consistentes são as menos usadas/citadas. Isto remete ao quinto e último item deste ensaio.

Usos das literaturas jornalística e/ou científica

Este item merece um artigo inteiro, mas, por questões de espaço, limito-me a breves observações. Há uma lacuna imensa quanto à análise e/ou uso críticos dos diversos tipos de bibliografia jornalística e/ou memorialística a respeito do esporte. Frequentemente, tais obras são usadas sem qualquer contextualização ou ressalva, tal como se fossem textos de natureza científica¹⁹. Não estou sendo formalista: há muitos textos científicos ruins, repletos de afirmações que um cientista cuidadoso evitará reproduzir, por não serem razoáveis e/ou não estarem fundamentadas em dados e argumentação racional. Contudo, parece-me óbvio que o *único* uso possível de bibliografia jornalística é como *fonte* (no sentido que o termo tem na História, ou seja, como dado empírico), portanto, necessariamente passível de crítica e problematização. A

¹⁸ Para uma rara iniciativa que levou em consideração algumas destas questões, ver Brinati e Mostaro (2013).

¹⁹ Uma rara exceção é o trabalho de Cabo (2014).

bibliografia jornalística e/ou memorialística poderia ser um excelente *objeto de estudo* – sobretudo quando trata das relações entre mídia e esporte, aborda questões relativas às condições de produção etc. Livros de jornalistas podem suscitar debates e se converter em rico objeto de pesquisa, por permitirem a discussão de elementos que raramente são assunto do jornalismo (ALBUQUERQUE e FORTES, 2004).

Urge aprofundar as discussões, efetivamente descrevendo e analisando a partir de aspectos *internos* e *externos* da fonte a ser usada e criticada. Em boa parte dos casos, vejo leituras apressadas, que se atêm a apontar problemas nas fontes ou, em sentido contrário, a tomá-las como verdade, reproduzindo-as acriticamente. Em ambos os casos, os trabalhos se limitam a referendar pontos de vista determinados *a priori*. Não se trata, portanto, de pesquisa propriamente dita: o autor tem um argumento ou opinião e produz um ensaio para dizer aquilo que deseja dizer, salpicando o texto com exemplos – dados usados de forma casuística, sem observação sistematizada – que supostamente comprovam o que se está afirmando²⁰.

Além disso, conforme argumentei anteriormente, trabalhos com notórias fragilidades, elaborados por autores acadêmicos, são citados como se estabelecessem verdades autoevidentes e incontestáveis, ignorando-se os “debates críticos em torno da obra destes autores” (FORTES, 2014, p. 92-3). Soma-se a isto a falta de investimento em leituras básicas e formativas que permitam compreender e dialogar, minimamente que seja, com a compreensão desde as CHSSA do que sejam características históricas do campo esportivo, caso de obras como as de Bourdieu (1983a), Melo (2010) e Priore e Melo (2009).

Considerações finais

Este artigo deu prosseguimento a reflexões anteriores sobre a produção científica a respeito do esporte na área de Comunicação no Brasil. Diferentemente de outros agrupamentos de pesquisas e pesquisadores – por exemplo, daqueles que se reúnem em torno de política, recepção ou telenovela –, permanecem escassos os esforços de realizar estados da arte e/ou debates epistemológicos na área de esporte²¹. Porém, devo fazer uma ressalva importante: a maior parte dos

²⁰ Obviamente considero o ensaio uma forma legítima de produção científica – do contrário, não estaria aqui escrevendo um. Há, contudo, um excesso de ensaios travestidos de pesquisa científica (passando por pesquisa empírica).

²¹ Mesmo no caso do futebol, encontrei apenas dois estados da arte (Helal, 2012; Cabo e Helal, 2014).

problemas que aponte não diz respeito exclusivamente às pesquisas sobre esporte. Pelo contrário, são característicos da Comunicação como um todo. Alguns são ainda mais amplos, aparecendo em trabalhos sobre variados temas, inclusive o esporte, noutras CHSSA (MELO, FORTES, 2010; MELO *et al.*, 2013).

O esporte tem ainda a desvantagem de ser um tema levado pouco a sério por diversos pesquisadores – evidência disso é a quantidade de trabalhos sobre esporte que ignoram a bibliografia sobre o próprio tema. Em outras palavras, conforme argumentei, pesquisadores se atrevem a abordar o assunto mesmo desconhecendo a produção existente. Escrevem muita besteira, mas pouco se importam – sequer têm noção disso. Será que adotariam a mesma postura caso escrevessem sobre cibercultura ou semiótica? Agora que o país, estados e municípios sofrem a ressaca da Copa e dos Jogos Olímpicos, será possível observar se os que caíram de paraquedas na temática continuarão a tratar dela. Os megaeventos deixaram dívidas imensas e elefantes brancos²², bem como lembranças (boas e ruins); retrocedem drasticamente os recursos públicos para educação (pública) e para pesquisa; e, por fim, a própria democracia brasileira está em franca decadência – se é que não foi atingida de morte por acontecimentos no trágico ano de 2016. Ao menos uma boa perspectiva resta: o esporte seguirá como tema de pesquisa para um conjunto de interessados. No campo da Comunicação, não obstante o avanço dos anos recentes, quase tudo continua por fazer em relação à pesquisa séria sobre o esporte. Quem se dispõe a botar mãos à obra?

Referências

- ALBUQUERQUE, Afonso de; SOARES, Rafael Fortes. Notícias de Notícias: Notícias do Planalto, memória e autoridade jornalística. **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro, nova série, v. XI, n. 1, p. 135-69, jan.-abr. 2004.
- BOURDIEU, Pierre. Como é possível ser esportivo? *In*: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983a. p. 136-153.
- BOURDIEU, Pierre. O campo científico. *In*: ORTIZ, Renato (org.). **Pierre Bourdieu – Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983b. p. 122-155. Disponível em:
- <http://www.bresserpereira.org.br/Terceiros/Cursos/2010/2010_O_campo_cientifico.pdf>. Acesso em: 17 out. 2012.
- BRINATI, Francisco Ângelo; MOSTARO, Filipe Fernandes Ribeiro. Futebol,

²² Estes e outros aspectos negativos de sediar megaeventos esportivos eram óbvios e previsíveis muito antes de sua realização, mas foram convenientemente ignorados ou silenciados por boa parte dos pesquisadores que discutiram o esporte nos últimos anos, tanto na Comunicação quanto nas CHSSA.

Mídia e Representação: A Seleção Brasileira pelos sites R7 e Globo Esporte nas Olimpíadas de Londres 2012. *In: Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 2013, Manaus - AM. Manaus-AM: Intercom, 2013.

CABO, Álvaro V. G. T. P. Argentina 6 x 0 Peru."A partida mais longa da História das Copas do Mundo por dois jornalistas memorialistas argentinos". *In: ROCCO JÚNIOR, Ary José (Org.). Comunicação e esporte: Copa do Mundo 2014*. São Paulo: Intercom, 2014. p. 89-112.

CABO, Alvaro do; HELAL, Ronaldo. Copas do Mundo e identidade nacional: um panorama teórico. *In: HELAL, Ronaldo; CABO, Alvaro do (org.).*

Copas do Mundo: comunicação e identidade cultural no país do futebol. Rio de Janeiro: Eduerj, 2014. p. 13-35.

DRUMOND, Maurício. O esporte como política de Estado: Vargas. *In: PRIORE, Mary del; MELO, Victor Andrade de (org.). História do esporte no Brasil: do Império aos dias atuais*. São Paulo: Ed. UNESP, 2009. p. 213-44.

FORTES, Rafael. Estudos de esporte na área de comunicação: um panorama e algumas propostas. **Revista FAMECOS**, v. 18, n. 2, mai-ago 2011, p. 598-614. Disponível em:

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/9476/6570c>>. Acesso em: 18 dez. 2016.

FORTES, Rafael. Um balanço dos estudos de esporte no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação de 2012. **Contracampo**, Niterói, vol. 30, n. 2, p. 83-100, ago.-nov. 2014. Disponível em: <<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/678/427>>. Acesso em: 18 dez. 2016.

HELAL, Ronaldo. Futebol, Comunicação e Nação: a trajetória do campo acadêmico. *In: MARQUES, José Carlos; MORAIS, Osvando J. de (org.).*

Esporte na Idade Mídia: diversão, informação e educação. São Paulo: INTERCOM, 2012. p. 139-168.

JENNINGS, Andrew. **Jogo sujo - o mundo secreto da FIFA: compra de votos e escândalo de ingressos**. São Paulo: Panda Books, 2011.

MARQUES, José Carlos; ROCCO JUNIOR, Ary José. As inquietações da adolescência: os desafios epistemológicos do GP de Comunicação e Esporte em seus 18 anos de história. *In: MORAIS, Osvando J. de (org.).*

Ciências da Comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI. São Paulo: Intercom, 2014. p. 384-413.

MELO, Victor Andrade de. Por uma história do conceito esporte. *In: Esporte e lazer: conceitos*. Rio de Janeiro: Apicuri/Faperj, 2010. p. 63-121.

MELO, Victor Andrade de; DRUMOND, Mauricio; FORTES, Rafael; SANTOS, João M. C. Malaia. **Pesquisa histórica e história do esporte**. Rio de Janeiro: 7 Letras/Faperj, 2013.

MELO, Victor Andrade de; FORTES, Rafael. História do esporte: panorama e perspectivas. **Fronteiras**, Dourados, v. 12, n. 22, p. 11-35, jul-dez 2010. Disponível em:

<<http://ojs.ufgd.edu.br/index.php?journal=FRONTEIRAS&page=article&p=download&path%5B%5D=1180&path%5B%5D=724>>. Acesso em: 4 fev. 2017.

MORAES, Dênis de. **Vozes abertas da América Latina: Estado, políticas públicas e democratização da comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X/Faperj, 2011.

PRIORE, Mary del; MELO, Victor Andrade de (org.). **História do esporte no Brasil: do Império aos dias atuais**. São Paulo: Ed. UNESP, 2009.

RIBEIRO JR., Amaury *et al.*. **O lado sujo do futebol**. São Paulo: Planeta, 2014.

SANTOS, Ricardo Pinto dos. Tensões na consolidação do futebol nacional. *In*: PRIORE, Mary del; MELO, Victor Andrade de (org.). **História do esporte no Brasil: do Império aos dias atuais**. São Paulo: Ed. UNESP, 2009. p. 179-212.

SILVEIRA, Márcio Telles da. **A recriação dos tempos mortos no futebol pela televisão: molduras, moldurações e figuras televisivas**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

USHINOHAMA, Tatiana Zuardi. **A narrativa audiovisual da transmissão direta e "ao vivo" da Copa do Mundo da FIFA: comparação entre a televisão analógica e a digital**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2014.

