

## Dossiê Temático

### Estudos Críticos, Comunicação e Esportes

#### Apresentação

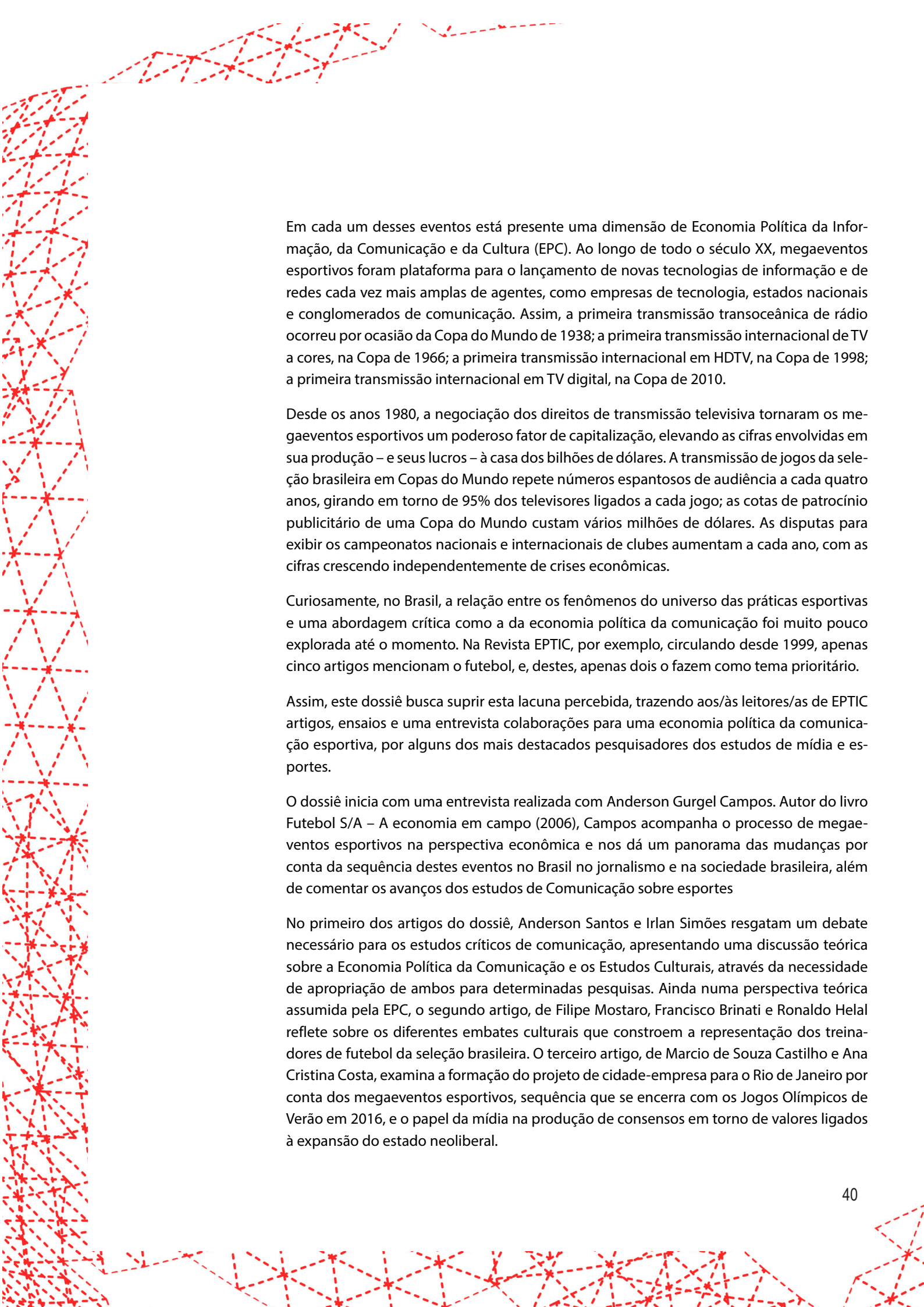
##### Édison Gastaldo

Pesquisador do Centro de Estudos de Pessoal e Forte Duque de Caxias (CEP/FDC). Bolsista DTI-A do CNPq.  
Contato: edisongastaldo@yahoo.com.br

##### Anderson David Gomes dos Santos

Professor da Unidade Santana do Ipanema/Campus Sertão Universidade Federal de Alagoas (UFAL).  
Contato: andderson.santos@gmail.com

Se deixarmos de lado os mitos cultivados pela ideologia do esporte moderno e sua ânsia de buscar raízes e legitimidade na Antiguidade Clássica, e o entendermos como produto histórico da revolução industrial, como um fenômeno que tem seu início em meados do século XIX, de modo concomitante ao surgimento de algumas das mais importantes tecnologias de comunicação contemporânea – telégrafo, ferrovias e a imprensa moderna –, veremos o quanto esporte e meios de comunicação de massa têm em comum. Pode-se mesmo dizer que são irmãos gêmeos, filhos da modernidade ocidental. Nasceram ambos na Inglaterra vitoriana e, pelas rotas da marinha britânica, percorreram e unificaram o mundo com o estabelecimento de jogos e regras “universais”, campeonatos e competições de âmbito mundial e comitês organizadores supranacionais. Em pleno século XIX, o esporte moderno preparou o caminho para alguns dos mais importantes símbolos do que viria, a partir dos anos 1980, a se chamar “globalização”, como os Jogos Olímpicos, desde 1892, a criação da FIFA, em 1904, e a realização da Copa do Mundo de futebol, desde 1930.



Em cada um desses eventos está presente uma dimensão de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (EPC). Ao longo de todo o século XX, megaeventos esportivos foram plataforma para o lançamento de novas tecnologias de informação e de redes cada vez mais amplas de agentes, como empresas de tecnologia, estados nacionais e conglomerados de comunicação. Assim, a primeira transmissão transoceânica de rádio ocorreu por ocasião da Copa do Mundo de 1938; a primeira transmissão internacional de TV a cores, na Copa de 1966; a primeira transmissão internacional em HDTV, na Copa de 1998; a primeira transmissão internacional em TV digital, na Copa de 2010.

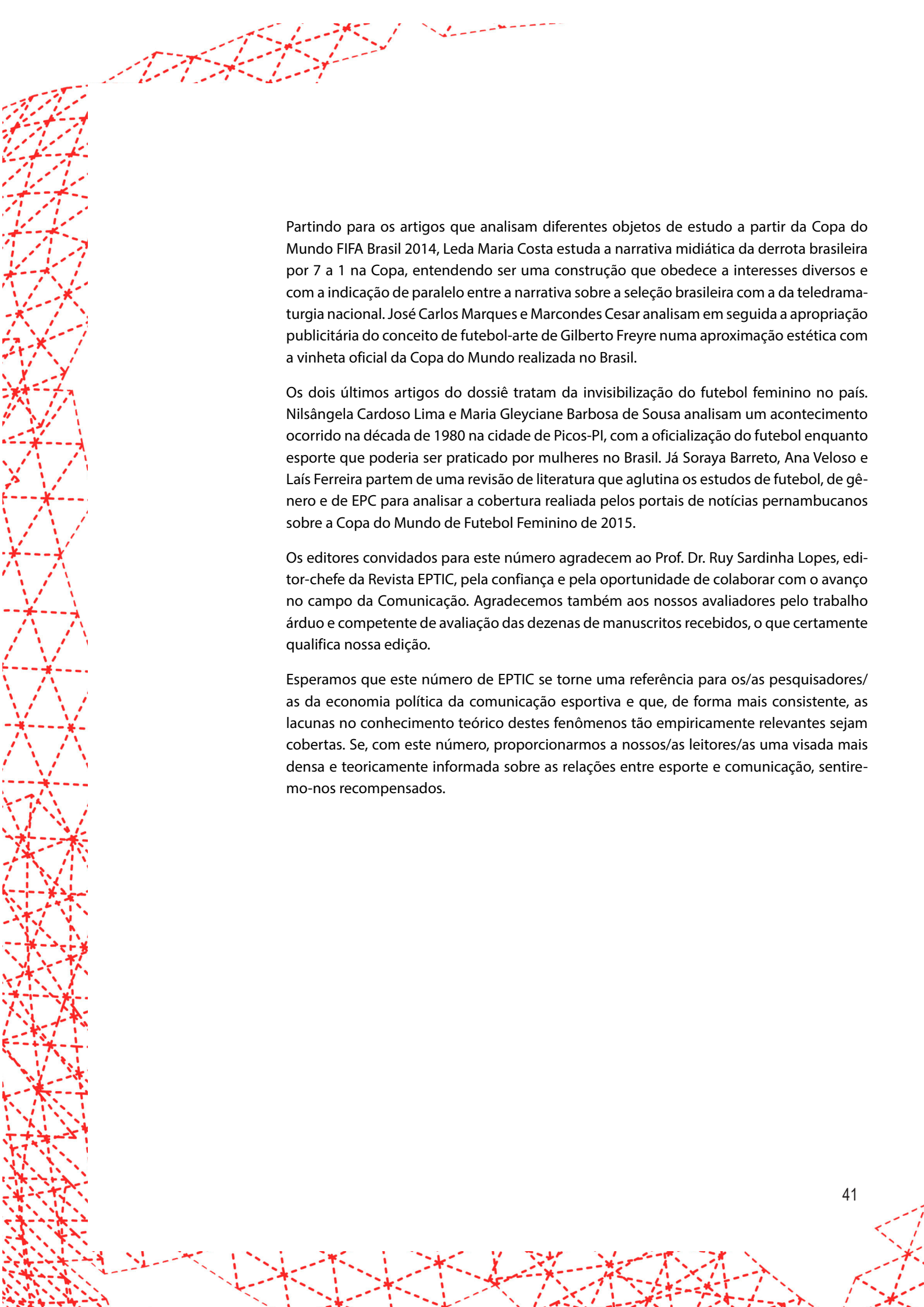
Desde os anos 1980, a negociação dos direitos de transmissão televisiva tornaram os megaeventos esportivos um poderoso fator de capitalização, elevando as cifras envolvidas em sua produção – e seus lucros – à casa dos bilhões de dólares. A transmissão de jogos da seleção brasileira em Copas do Mundo repete números espantosos de audiência a cada quatro anos, girando em torno de 95% dos televisores ligados a cada jogo; as cotas de patrocínio publicitário de uma Copa do Mundo custam vários milhões de dólares. As disputas para exibir os campeonatos nacionais e internacionais de clubes aumentam a cada ano, com as cifras crescendo independentemente de crises econômicas.

Curiosamente, no Brasil, a relação entre os fenômenos do universo das práticas esportivas e uma abordagem crítica como a da economia política da comunicação foi muito pouco explorada até o momento. Na Revista EPTIC, por exemplo, circulando desde 1999, apenas cinco artigos mencionam o futebol, e, destes, apenas dois o fazem como tema prioritário.

Assim, este dossiê busca suprir esta lacuna percebida, trazendo aos/às leitores/as de EPTIC artigos, ensaios e uma entrevista colaborações para uma economia política da comunicação esportiva, por alguns dos mais destacados pesquisadores dos estudos de mídia e esportes.

O dossiê inicia com uma entrevista realizada com Anderson Gurgel Campos. Autor do livro *Futebol S/A – A economia em campo* (2006), Campos acompanha o processo de megaeventos esportivos na perspectiva econômica e nos dá um panorama das mudanças por conta da sequência destes eventos no Brasil no jornalismo e na sociedade brasileira, além de comentar os avanços dos estudos de Comunicação sobre esportes

No primeiro dos artigos do dossiê, Anderson Santos e Irlan Simões resgatam um debate necessário para os estudos críticos de comunicação, apresentando uma discussão teórica sobre a Economia Política da Comunicação e os Estudos Culturais, através da necessidade de apropriação de ambos para determinadas pesquisas. Ainda numa perspectiva teórica assumida pela EPC, o segundo artigo, de Filipe Mostaro, Francisco Brinati e Ronaldo Helal reflete sobre os diferentes embates culturais que constroem a representação dos treinadores de futebol da seleção brasileira. O terceiro artigo, de Marcio de Souza Castilho e Ana Cristina Costa, examina a formação do projeto de cidade-empresa para o Rio de Janeiro por conta dos megaeventos esportivos, sequência que se encerra com os Jogos Olímpicos de Verão em 2016, e o papel da mídia na produção de consensos em torno de valores ligados à expansão do estado neoliberal.



Partindo para os artigos que analisam diferentes objetos de estudo a partir da Copa do Mundo FIFA Brasil 2014, Leda Maria Costa estuda a narrativa midiática da derrota brasileira por 7 a 1 na Copa, entendendo ser uma construção que obedece a interesses diversos e com a indicação de paralelo entre a narrativa sobre a seleção brasileira com a da teledramaturgia nacional. José Carlos Marques e Marcondes Cesar analisam em seguida a apropriação publicitária do conceito de futebol-arte de Gilberto Freyre numa aproximação estética com a vinheta oficial da Copa do Mundo realizada no Brasil.

Os dois últimos artigos do dossiê tratam da invisibilização do futebol feminino no país. Nilsângela Cardoso Lima e Maria Gleyciane Barbosa de Sousa analisam um acontecimento ocorrido na década de 1980 na cidade de Picos-PI, com a oficialização do futebol enquanto esporte que poderia ser praticado por mulheres no Brasil. Já Soraya Barreto, Ana Veloso e Laís Ferreira partem de uma revisão de literatura que aglutina os estudos de futebol, de gênero e de EPC para analisar a cobertura realizada pelos portais de notícias pernambucanos sobre a Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2015.

Os editores convidados para este número agradecem ao Prof. Dr. Ruy Sardinha Lopes, editor-chefe da Revista EPTIC, pela confiança e pela oportunidade de colaborar com o avanço no campo da Comunicação. Agradecemos também aos nossos avaliadores pelo trabalho árduo e competente de avaliação das dezenas de manuscritos recebidos, o que certamente qualifica nossa edição.

Esperamos que este número de EPTIC se torne uma referência para os/as pesquisadores/as da economia política da comunicação esportiva e que, de forma mais consistente, as lacunas no conhecimento teórico destes fenômenos tão empiricamente relevantes sejam cobertas. Se, com este número, proporcionarmos a nossos/as leitores/as uma visada mais densa e teoricamente informada sobre as relações entre esporte e comunicação, sentiremo-nos recompensados.