

Notas para o estudo da relação entre esporte e meios de comunicação de massa¹

GAVIRATI, Vitor Franco²
SIQUEIRA, Graciene Silva de³
Universidade Federal do Amazonas

Resumo

O presente artigo versa sobre a relação entre o esporte e os meios de comunicação de massa, apresentando aspectos básicos para a compreensão desta interação. Por meio de uma breve revisão de literatura, apresentamos elementos essenciais para discussões que pretendam compreender o jornalismo esportivo. Norteados pelo conceito “esporte-espetáculo”, instituído no bojo da Sociologia do Esporte de corrente marxista, buscamos expor o papel fundamental dos *mass media* na difusão do desporto.

Palavras-chave: Comunicação; Esporte; Esporte-espetáculo; Jornalismo; Jornalismo Esportivo.

Abstract

This article deals about the relationship between sport and the mass media, presenting basic aspects for the understanding of this interaction. Through a brief review of the literature, we present essential elements for discussions that intend to understand sports journalism. Based on the concept "sport-spectacle", established in the context of the Sociology of Sport of the Marxist current, we seek to expose the fundamental role of mass media in the diffusion of sport.

Keywords: Communication; Sport; Sport-show; Journalism; Sports Journalism.

Introdução

Mar de Fontcuberta foi precisa ao intitular o que viria a ser um de seus principais e mais populares livros: *La noticia: Pistas para percibir el mundo*. Como o título sugere, além de falar, sobretudo, do gênero textual básico do Jornalismo (com maior foco na mídia impressa), na obra, a autora defende e mostra que – e como – a investigação da produção de notícias acaba por refletir uma análise de nossas organizações sociais. “Cada sociedade, cada

¹ Trabalho apresentado no 3º Encontro Regional de Comunicação de Parintins (Encomtins), na linha de pesquisa I – Comunicação, Jornalismo e Mídia.

² Acadêmico do 8º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal do Amazonas, campus Parintins. E-mail: gavirativitor2@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Doutoranda em Letras na Universidade Presbiteriana Mackenzie, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Amazonas (Ufam) e graduada em Comunicação Social (Ufam). Professora de Jornalismo da Ufam, campus Parintins.

comunidade tem distintos conceitos de acontecimento, e, portanto, o conteúdo da mídia refletirá o conceito dominante de notícia nessa sociedade” (FONTCUBERTA, 1993, p.20)⁴.

A comunicabilidade de um feito culmina com o fato de que os meios de comunicação de massa são os criadores do acontecimento jornalístico, todavia, como lembra Fontcuberta, o público em geral também participa da construção noticiosa através de uma maior ou menor adesão de suas propostas. “Há fatos que interessam mais e que despertam mais reações porque as pessoas se sentem mais envolvidas neles do que em outros” e, para que um acontecimento se enquadre como jornalístico, é necessário que este circule por um espaço amplo e massivo (FONTCUBERTA, 1993, p. 20)⁵. Em função deste fator fundamental para a configuração de uma notícia, assuntos sobre esportes e a esfera particular da vida das chamadas “celebridades” se converteram em informação veiculada pelos órgãos jornalísticos.

Por que falar de esporte? Por que dedicar páginas de publicações, minutos de um programa de TV para falar sobre esse assunto? Esporte vende. Aliás, é o produto que mais vende, segundo Alcoba (1980). Não é à toa que não são apenas algumas páginas, mas sim publicações inteiras, não apenas alguns minutos dentro de um programa, mas programas inteiros dentro da grade diária da televisão e do rádio brasileiro. (SILVEIRA, 2009, p. 36).

Com a evolução da notícia ao longo do tempo é possível percebermos os interesses, gostos e valores da sociedade em que vivemos. Considerar a vendagem como explicação para a inclusão do esporte enquanto pauta expõe a importância do esporte para a população e o jornalismo. Contudo, como adverte Nathália da Silveira, é necessário entender o esporte e suas implicações na sociedade para que se entenda sua relação com a mídia. De modo geral, o presente trabalho versa sobre esta interação, abordando aspectos positivos e negativos do estreito relacionamento entre os meios de comunicação de massa – e social – e o mundo esportivo. Uma relação abordada por Marcelo Proni em sua tese de doutorado:

(...) é importante esclarecer que o termo ‘mundo esportivo’ foi empregado aqui para abarcar um conjunto de práticas culturais que vão sendo criadas em torno do conceito moderno de ‘esporte’. Trata-se de um conjunto bastante heterogêneo de competições corporais e também de consumos culturais, que tanto têm a ver com a demanda social por atividades de lazer quanto com a expansão da oferta de opções de entretenimento. (...) não se pode atribuir uma função social exclusiva a cada modalidade esportiva. Sem dúvida, uma mesma modalidade pode ser desfrutada como prática recreativa,

⁴ *Do original: “Cada sociedad, cada comunidade tiene distintos conceptos del acontecer, y por lo tanto el contenido de los medios reflejará el concepto dominante de noticia em dicha sociedad”.*

⁵ *“Hay hechos que interesan más y que despiertan más reacciones porque la gente se siente más implicada en ellos que en otros”.*

ser ensinada como atividade pedagógica, ou ser comercializada como espetáculo de massa. (PRONI, 1998, p. 75).

A partir de uma breve revisão de literatura, pontuamos elementos que julgamos essenciais para a compreensão da prática jornalística associada ao desporto. Existe, no campo da Sociologia do Esporte de corrente marxista, a visão de que a mídia contribui para uma espetacularização do desporto. Esta ideia ligada ao conceito “esporte-espetáculo” centra as ponderações do artigo. Antes de expô-la, no entanto, devemos entender a evolução do desporto ao longo do tempo e suas implicações na esfera social.

Como compreender o esporte

Grande parte dos esportes que são praticados na atualidade, de forma padronizada internacionalmente – atletismo, boxe e futebol são exemplos – surgiram na Inglaterra, com um caráter elitista, sendo privilégio dos aristocratas e altos burgueses, aponta Proni (1998). Segundo o autor, a forte influência cultural que o país exercia no século XIX fez com que a palavra inglesa “*sport*” (em português do Brasil, “esporte”) fosse adotada por outros países para designar as modalidades modernas de competição lúdica. Para além de ser um conjunto de regras para a prática de uma atividade recreativa, destaca Proni, a difusão de modalidades esportivas significou a afirmação de novos hábitos culturais que também alcançaram as demais classes sociais. Não obstante, o significado social do esporte se diversificou com sua propagação.

Nos últimos duzentos anos, (...) conforme as sociedades capitalistas se transformavam em suas estruturas, a maioria das práticas esportivas foi se distanciando de sua feição aristocrático-elitista. À medida que ia se popularizando, o esporte ganhava uma nova dimensão, cuja lógica interna se fundamentaria em relações mercantis. A expansão do consumo de bens culturais se traduziu, no mundo esportivo, na valorização do espetáculo e na sua apropriação pela indústria do entretenimento. Não por acaso, essa nova dimensão se desenvolveu notadamente nos Estados Unidos da América (EUA), nação que neste século se converteria em paradigma de uma sociedade de consumo de massa. (PRONI, 1998, p. 15).

Para Richard Mandell (1984 apud PRONI, 1998), é significativo o número de sociedades nas quais é possível encontrar registros da prática de atividades físicas recreativas que podem ser associadas ao que hoje é denominado esporte. São exemplos: grandes civilizações da Antiguidade, povos nativos do continente americano e reinos da Europa Medieval. Os exercícios chegam a variar em função do lugar, da época e da classe social, mas

sempre estão presentes, “(...) ou seja, há uma relação permanente entre formas de organização social e formas de competição esportiva” (PRONI, 1998, p. 17). Nesse sentido, Wanderley Marchi Júnior (2001) aponta que, na história, os esportes já foram identificados como: instrumentos disciplinadores da juventude; responsáveis pela construção do conceito de cidadania travestida pelo espírito nacionalista e pelo civismo; elementos de dispersão do movimento estudantil; elitizadores e selecionadores de determinada parcela da população que preenchiam os requisitos de performance física em detrimento da capacidade intelectual; e mercadoria.

A gama de percepções distintas acerca do esporte ao longo da história é importante para que possamos compreender a sua lógica. Convém-nos ressaltar a reflexão de Allen Guttmann (1978) sobre o desporto. Para Guttmann, os esportes da nossa era se diferem dos jogos e competições físicas da Antiguidade e da Idade Média por atenderem a determinações de uma sociedade completamente diferente das existentes no passado. Isto implica que estudar as diferentes formas de organização do esporte refletiria um estudo das distintas estruturas sociais e que a constituição do esporte moderno corresponde a um reflexo da organização social contemporânea e suas tendências.

(...) o esporte moderno é uma prática corporal competitiva, construída em bases racionais, que introduz a busca de eficiência nas atividades de lazer das pessoas das mais diferentes procedências. É, nesse sentido, uma prática social que ajudou os indivíduos a se adaptarem a uma sociedade que se tornava urbana e industrial. A evolução das novas modalidades esportivas expressa, acima de tudo, um movimento *cultural*, ou melhor, da mentalidade que estrutura os hábitos sociais de um povo. (MANDELL, 1984 apud PRONI, 1998, p. 23, grifo do autor).

Para chegar a este pensamento, sintetizado na obra de Proni, Mandell, de certa forma, lapidou as teorias existentes sobre a origem e a função do esporte. O autor desconsidera a ideia – que veio a se tornar senso comum – de os esportes surgirem na Grécia clássica, alegando que a versão é pouco fundamentada em evidências históricas. Contudo, caminha em sentido à corrente marxista de análise do esporte que o entende como uma forma de trabalho e reprodução do mundo capitalista, um afastamento ao caráter lúdico do jogo. Esta se apoia no fato de identificar na estrutura do desporto características e/ou pressupostos do sistema capitalista, como, por exemplo, competição, medição da produção e o princípio do rendimento.

Apesar de, a nosso ver, Mandell contribuir de forma positiva para o entendimento do esporte moderno, em nossa pesquisa, percebemos que o pensamento de Pierre Bourdieu

(1983; 1990) é também muito requisitado para auxiliar a percepção desse movimento cultural. Bourdieu não tem um estudo sistemático sobre o tema, mas propõe um caminho para a sociologia do esporte, isto é, para a compreensão das funções contemporâneas da prática esportiva.

Segundo Bourdieu, em uma primeira instância, o esporte moderno pode ser visto como uma reinvenção dos jogos populares que visa entreter e educar as elites. Percebe-se que o autor coloca a questão em nível de estrutura de classes sociais ao dizer que, com a difusão de modalidades esportivas entre as castas mais populares, inicia-se uma batalha pela legitimação de finalidades das práticas esportivas.

O campo das práticas esportivas é o lugar das lutas que, entre outras coisas, disputam o monopólio de imposição da definição legítima da prática esportiva e da função legítima da atividade esportiva, amadorismo contra profissionalismo, esporte-prática contra esporte-espetáculo, esporte distintivo – de elite – contra esporte popular – de massa – etc. (BOURDIEU, 1983, p. 141-142).

Em outras palavras, as de Proni (1998, p. 37), o que funciona como um campo é o “sistema de instituições e agentes vinculados ao esporte”. De modo geral, em seus trabalhos, Bourdieu indica duas correntes que se destacam na disputa pela legitimação do campo esportivo: a) lógica de diferenciação, que conduz a demanda por práticas e artigos esportivos; e b) lógica de difusão, que potencializa a oferta de modalidades e de opções de lazer esportivo. Podemos dizer que a primeira é mais próxima ao esporte-espetáculo, enquanto a segunda diz respeito ao esporte-prática.

É importante destacar também que, para Bourdieu, o campo esportivo possui uma evolução autônoma. No entanto, não é um espaço fechado em si, mas um conjunto de práticas culturais que pode ser afetado pelas estruturas econômicas, políticas e sociais nas quais está inserido. Mais do que um sinal da hegemonia cultural inglesa, a evolução do mundo esportivo é uma afirmação de valores emergentes na sociedade moderna. A saber: glorificação da competição, força de vontade e busca de êxito social.

Esporte-Espectáculo

Desde o século XIX, intensificando-se na segunda metade do século XX, ocorre no mundo uma progressiva mercantilização da cultura. Principalmente após a Segunda Guerra Mundial, as estruturas sociais e econômicas se transformaram. A globalização instaurada nas relações financeiras e a desintegração de velhos padrões de relacionamento social humano são

exemplos das mudanças. Os dois movimentos históricos, segundo Proni, propiciaram uma mudança qualitativa na estruturação e na divulgação do esporte moderno.

Resumindo, podemos dizer que, a partir dessas transformações, a sociedade passa a se organizar em torno da produção e consumo massivos. Esse fato, aliado a mudanças na organização trabalhista, como, por exemplo, a redução da jornada de trabalho, colaboraram para possibilitar a existência do tempo de lazer dos cidadãos. Em função disso, uma massa populacional passa a ter também certo poder aquisitivo, culminando com a expansão da classe média. De tal modo, para atender o lazer da massa, expande-se o número das produções de entretenimento de massa, determinadas pela lógica do mercado e pela ação da mídia.

É o consumo que universaliza e, simultaneamente, personifica. Assim, o tempo de lazer se tornou crescentemente votado ao consumo de bens e serviços produzidos em massa, só que cada vez mais esse lazer se dá em espaços privados e procurando estabelecer diferenças pessoais. Podemos considerar o lazer contemporâneo como um momento privilegiado no qual as pessoas assimilam (e reproduzem) valores e símbolos associados a novos estilos de vida e comprometidos com uma 'ética do lazer'. (PRONI, 1998, p. 65).

Nesse contexto, as práticas esportivas acabaram sendo aceitas como uma das principais opções de lazer da sociedade moderna. Entender o porquê disso é tarefa complicada. Como já foi mencionado com o pensamento de Bourdieu, os esportes contêm valores de nossa sociedade. Para além disso, outros fatores psicossociais podem auxiliar no entendimento da questão: o desporto é funcional às necessidades que os indivíduos possuem na sociedade moderna, sobretudo, à busca por opções de lazer que sejam capazes de, simultaneamente, excitar e permitir a liberação controlada de tensões sem a quebra de regras mínimas de convivência social (ELIAS, 1992 apud PRONI, 1998). Ainda seguindo o pensamento de Norbert Elias, citado por Proni, o surgimento de torcidas organizadas e de um público cativo a determinadas modalidades esportivas explicita a formação de um *habitus* esportivo e o surgimento de hábitos do gênero se consolida, passando a ser característico da sociedade.

Bourdieu acrescenta que o sucesso dos eventos esportivos como opção de entretenimento de massa deve também ser observado pelo viés da oferta esportiva. Assim sendo, é preciso estar atento às opções de modalidades esportivas estruturadas e ofertadas em um determinado espaço e tempo.

Proni, por sua vez, chama a atenção para um aspecto que, neste trabalho, mais nos interessa: a inserção da televisão no mundo esportivo. O autor ressalta que a imprensa e o

rádio tiveram importante papel na difusão do esporte. Contudo, a televisão amplificou a influência dos meios de comunicação de massa no desporto. Não obstante, devemos considerar também que esta modificou regras e a organização de algumas modalidades esportivas com o intuito de aumentar o interesse do público que acompanha as transmissões. Os meios de comunicação de massa, obviamente, estão inseridos na lógica do capital e é, justamente, através da introdução do sistema mercantil ao campo esportivo, segundo Bourdieu, que nascem os espetáculos esportivos. Ou seja, a partir da mercantilização das práticas esportivas surge o esporte-espetáculo.

Assim, por maior que seja a importância que reveste a prática de esportes - em particular dos esportes coletivos como o futebol - para os adolescentes das classes populares e médias, não se pode ignorar que os esportes ditos populares, ciclismo, futebol, rugby, também e principalmente funcionam como espetáculos [...]: eles são 'populares', mas no sentido que reveste este adjetivo toda vez em que é aplicado a produtos materiais ou culturais da produção de massa, automóveis, móveis ou canções. Em suma, o esporte, que nasceu dos jogos realmente populares, isto é, produzidos pelo povo, retoma ao povo, como a *folk music*, sob a forma de espetáculos produzidos para o povo. O esporte-espetáculo apareceria mais claramente como uma mercadoria de massa e a organização de espetáculos esportivos como um ramo entre outros do *show business*, se o valor objetivamente reconhecido à prática de esportes (principalmente depois que as competições esportivas se tomaram uma das medidas da força relativa das nações, ou seja, uma disputa política) não contribuísse para mascarar o divórcio entre a prática e o consumo e, ao mesmo tempo, as funções do simples consumo passivo. (BOURDIEU, 1983, p. 143-144 apud PRONI, 1998, p. 68, grifo do autor).

Neste sentido, Douglas Kellner (1996) aponta que a mercantilização das modalidades esportivas cria uma separação clara entre o esporte moderno e o esporte pós-industrial. O primeiro, diz Kellner, é produto das sociedades urbano-industriais do século XIX. Enquanto o outro é obra das sociedades informatizadas da era atual. Segundo o autor, o esporte moderno:

(...) foi organizado em torno de princípios da divisão social do trabalho e do profissionalismo, celebrando valores modernos de competição e de vitória. O esporte moderno reproduziu a estrutura do local de trabalho, onde tanto a iniciativa individual como o trabalho de equipe eram necessários, e o esporte celebrou ao mesmo tempo ambos os valores concorrentes. Não obstante, o esporte era parte de um reino autônomo, com sua própria ética profissional, papéis cuidadosamente regulamentados e estrutura corporativa altamente organizada. O esporte pós-industrial, em contraste, **transverte o esporte em espetáculo de mídia**, desmorona as fronteiras entre atividade profissional e comercialização, e afirma a mercadorização de todos os aspectos da vida na sociedade de consumo e da comunicação de massa. (KELLNER, 1996, p. 459, grifo nosso).

Proni (1998) destaca algumas tendências que fomentam a transfiguração do mundo esportivo. A saber: expansão do número de modalidades e de praticantes; especialização e profissionalização dos atletas; diferenciação entre competições recreativas e dirigidas ao espetáculo; e, burocratização e internacionalização do esporte-espetáculo.

O esporte-espetáculo é um fenômeno da sociedade de massa produzido pela mercantilização de componentes do mundo esportivo, “estamos nos referindo a uma forma particular de práticas altamente competitivas e a uma esfera específica de consumos esportivos” (PRONI, 1998, p. 84). Ele é uma forma de compreensão do esporte que se sobressai em comparação as demais, não concorrendo com elas, mas potencializando os demais modos de consumo esportivo, frisa Proni. Segundo o autor, existem três traços elementares do esporte-espetáculo:

- 1) Referem-se a competições esportivas organizadas por ligas ou federações, que reúnem atletas submetidos a esquemas intensivos de treinamento (no caso de modalidades coletivas, a disputa envolve equipes formalmente constituídas);
- 2) Tais competições esportivas **tornaram-se espetáculos veiculados e reportados pelos meios de comunicação de massa e são apreciadas no tempo de lazer do espectador** (ou seja, satisfazem a um público ávido por disputas ou proezas atléticas) e;
- 3) A espetacularização motivou a introdução de relações mercantis no campo esportivo, seja porque conduziu ao assalariamento dos atletas, seja em razão dos eventos esportivos apresentados como entretenimento de massa passarem a ser financiados (pelo menos em parte) através da comercialização do espetáculo. (PRONI, 1998, p. 85, grifo nosso).

Perde-se a essência lúdica do esporte, como lembra David Cintra Sobrinho (s/d), e este se torna um grande negócio baseado na organização de grandes espetáculos capazes de movimentar enormes quantias de dinheiro, destruindo sinais de brincadeira entre seus praticantes e realizadores.

Os meios de comunicação e o fomento ao esporte-espetáculo

Segundo Cintra Sobrinho, o esporte segue o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa de forma tão intensa que um consegue moldar o outro e vice-versa. O autor baseia sua afirmação, por exemplo, no fato – já mencionado aqui – de que os *mass media* alteraram regras de algumas modalidades esportivas com o intuito de torná-las mais atrativas, especialmente para as audiências televisivas. Além disso, Cintra Sobrinho cita o agendamento de partidas e competições em função de datas e horários que atendam a

programação das emissoras de televisão, favorecendo transmissões ao vivo, e a criação de campeonatos com vistas à exposição midiática de empresas patrocinadoras.

Não obstante a ideia de transfiguração conjunta de esporte e mídia, Cintra Sobrinho afirma que o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação culminou com a configuração atual do esporte.

Primeiro, com as transmissões radiofônicas de eventos esportivos. A popularidade que tais transmissões adquiriram, colaboraram muito para o desenvolvimento do próprio rádio ante as dificuldades técnicas que tinham de ser superadas e a concorrência entre as emissoras. Mais tarde, a televisão daria o impulso decisivo para dar contornos de mega espetáculo e fonte de lucros ao esporte (CINTRA SOBRINHO, s/d, p. 5).

O efeito amplificador da comunicação e, principalmente, que os meios de comunicação de massa possuem sobre o esporte pode ser compreendido de modo mais contundente em “O esporte como uma construção específica no campo jornalístico”, de Viviane Borelli (2002). “Sem o empreendimento da linguagem sobre o esporte, ele passa a ser apenas uma atividade regrada, praticada pelos seus atores, ficando limitada à experiência daqueles que o vivenciam” (BORELLI, 2002, p. 3). Sendo assim, para a pesquisadora, o esporte apenas ganha existência social porque passa por procedimentos técnicos e por uma grande conversação que ocorre no cotidiano – seja pela agenda midiática ou pela opinião pública. Os colunistas esportivos, aponta Borelli, desenvolvem um trabalho único para a legitimação do esporte, promovendo uma “grande falação” inerente a fatores que julgam de interesse público e/ou do público.

Para além do pensamento de Borelli, trabalhos como os de Ana Luiza Barcellos (2007), Mar de Fontcuberta (1993) e Nathália da Silveira (2009) destacam o aparecimento de uma linguagem e/ou prática jornalística diferente da tradicional na cobertura midiática do esporte. Segundo Fontcuberta, a atualidade de um veículo de comunicação específico determina o conceito de atualidade do público. Embora a atualidade imediata seja a principal referência para a construção jornalística, no jornalismo esportivo, essa premissa pode ser diluída.

Ninguém sai correndo até a banca a comprar um diário para conhecer os resultados da partida de futebol que está acontecendo neste momento: sintoniza o rádio ou a televisão. O que não impede que no dia seguinte compre o diário esportivo para conhecer mais dados de um feito que conhece desde o princípio até o fim. A atualidade da partida se prolonga, não só pelos comentários que suscita posteriormente, mas sim pela informação sobre seu

desenvolvimento que repetem e ampliam os jornais (FONTCUBERTA, 1993, p. 23-24)⁶.

Concomitantemente a questão da atualidade, no jornalismo esportivo, também está presente a tendência do “não-acontecimento”. Ou seja, a “ (...) construção, produção e difusão de notícias a partir de feitos não ocorridos ou que supõem explicitamente uma não-informação no sentido jornalístico” (FONTCUBERTA, 1993, p. 26)⁷. Algo que Barcellos nos aponta no seguinte trecho de sua monografia:

A linha editorial do jornal deixa de levar em consideração alguns critérios jornalísticos na seleção das pautas esportivas, tais como: impacto (acontecimentos impressionantes), raridade (fuga da rotina), importância e utilidade (em que a matéria pode colaborar para a vida do leitor) (BARCELLOS, 2007, p. 32).

Um exemplo prático é dado por Cintra Sobrinho (s/d): os grandes jornais diários reservam espaço para comentários sobre o cotidiano de clubes mesmo que não exista nenhuma novidade em relação a equipe. Como versa Borelli, para a mídia, o esporte é mais do que a ocorrência de um fato em si. A temporalização no jornalismo esportivo vai além, pois, no desporto, existe uma pré-agenda (preparação para uma partida, por exemplo) e uma pós-agenda (repercussões do acontecimento). Borelli (2002, p. 16) diz então que “o esporte é deslocado de seu campo primordial (da prática do jogo) para o campo da ‘falação’, onde a mídia é a principal mediadora entre estes discursos sobre o esporte praticado e moldado para ser assistido”.

Considerações Finais

Este artigo deixa algumas pistas – as quais acreditamos serem fundamentais – para o entendimento da interação entre o esporte e os meios de comunicação de massa. O desporto, assim como o jornalismo, é um fenômeno sócio-histórico-cultural e suas bases trazem implicações à estrutura social e vice-versa.

O viés crítico esperado de um estudo que possui alguma tendência marxista nos leva a expor a ruptura de premissas básicas do jornalismo que ocorre no tocante ao seu

⁶ “Nadie sale corriendo al quiosco a comprar un diario para conocer los resultados del partido de fútbol que se está celebrando en esos momentos: conecta la radio o la televisión. Lo que no impide que al día siguiente compre el diario deportivo para saber más datos de un hecho que conoce desde el principio hasta el fin. La actualidad del partido se prolonga, no sólo por los comentarios que suscita posteriormente, sino por la información sobre su desarrollo que repiten y amplían los periódicos”.

⁷ “(...) construcción, producción y difusión de noticias a partir de hechos no sucedidos o que suponen explícitamente una no-información en el sentido periodístico”.

acompanhamento do esporte. O jornalismo esportivo possui uma construção específica, produz suas representações seguindo uma conduta peculiar. Isto é correto? Aceitável? O agendamento midiático do esporte, com caráter de ênfase à função comercial do jornalismo, não poderia ser revertido em prol à função formativa dos jornais? Apesar de retirar as modalidades esportivas de sua essência recreativa e/ou de lazer, não há algo de positivo no esporte-espetáculo?

A valorização de uma produção científica também se dá pelos caminhos que esta deixa para futuras investigações. O presente trabalho é o início de uma investida em construir um “ciclo da comunicação esportiva”, que se perpetua com a ‘falação’ do esporte reverberada pelos meios de comunicação de massa. Um conceito centrado na ideia de que o noticiário esportivo é supervalorizado por fomentar eventos que recebem grande investimento por parte dos veículos de comunicação. Haja vista que, como alerta Fontcuberta (1993), também é notícia aquilo que está nos interesses da empresa que a produz.

Para além do que já foi dito, é preciso frisar que o ciclo e a falação são parte do esporte-espetáculo, são a espetacularização do esporte em si. Todavia, este processo é uma ferramenta crucial para o crescimento do esporte.

Referências

BARCELLOS, Ana Luiza Rimoli Hormain. **Não-notícia**: Cobertura do gol mil de Romário – Luzes e sons que escondem o principal. Porto Alegre: UFRGS, 2007.

BORELLI, Viviane. **O esporte como uma construção específica no campo jornalístico**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 25., 2002, Salvador. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Tradução: Jeni Vaitsman. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CINTRA SOBRINHO, David. **O importante é... Breves considerações sobre aspectos das relações entre mídia e esporte**. Bauru: Unesp, s/d. Disponível em: <http://esportes.universoef.com.br/container/gerenciador_de_arquivos/arquivos/417/breves-consideracoes.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2017.

FONTCUBERTA, Mar de. **La noticia** – Pistas para percibir el mundo. Barcelona: Ediciones Paidós Ibericas, 1993.

GUTTMAN, Allen. **From Ritual to Record**: the nature of modern sports. New York: Columbia University Press, 1978.

KELLNER, Douglas. Sports, media culture and race – some reflections on Micheal Jordan. **Sociology of Sport Journal**. v. 13, n. 4, 1996.

MARCHI JUNIOR, Wanderley. **“Sacando” o voleibol: do amadorismo à espetacularização da modalidade no Brasil (1970-2000)**. Campinas: Unicamp, 2001.

PRONI, Marcelo Weishaupt. **Esporte-espetáculo e futebol-empresa**. Campinas: Unicamp, 1998.

SILVEIRA, Nathália Ely da. **Jornalismo esportivo: conceitos e práticas**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.