

A “Bolha” Estourou! E daí? O Brasil é Penta !!!

A conquista do pentacampeonato mundial de futebol pela seleção brasileira coincide com o momento em que, no mundo inteiro, se reconhece que a “bolha” especulativa dos negócios do esporte, especialmente a venda dos direitos de televisionamento de jogos e torneios, acaba de estourar.

Nos diferentes mercados, os valores destas comercializações vinham crescendo de forma exponencial nos últimos oito anos, o que garantia transações milionárias de atletas e até mesmo de clubes¹; altos salários e premiações na forma de direitos de imagem eram pagos a atletas e treinadores; a profissionalização do esporte trouxe a figura dos executivos remunerados nos clubes, em substituição aos dirigentes torcedores/amadores; federações e ligas, associadas a patrocinadores e agências de marketing esportivo, passaram a negociar com as redes de televisão cifras elevadas: só a venda dos direitos de patrocínio e televisionamento da Copa 2002 rendeu à FIFA 1,2 bilhão de dólares (apesar da quebra inexplicável de sua agência, a ISL, e do grupo alemão Kirsch, que avalizara os negócios da ISL!).

Paralelo a tudo isso, entretanto, no futebol brasileiro (mas não só aqui, veja-se o caso da Itália), sob a falsa euforia causada pelo dinheiro fácil, aliada à antiga e simplista estratégia de vender craques a clubes europeus para saldar dívidas operacionais e/ou de gestões financeiras temerárias², permaneceu-se num estágio absolutamente diverso. Dívidas sociais (direitos trabalhistas, previdência, imposto de renda) continuaram se avolumando; receitas de vendas de atletas depositadas em paraísos fiscais; duas CPI's mostrando todas as mazelas sendo solenemente ignoradas; grandes e espetacularizados acordos envolvendo “todas as partes” sendo quebrados; finalmente, o atrelamento cada vez maior de clubes, ligas e federações ao interesse monopolista de uma rede de televisão. Como consequência, estádios obsoletos, arquibancadas às moscas e violências entre torcedores organizados (?) permanecem sendo os elementos caóticos do cenário local.

Diante do estouro da bolha especulativa, desmoronou o frágil sistema de financiamento do futebol brasileiro. Os sinais eram evidentes. O mercado publicitário já não conseguia mais absorver os aumentos incontroláveis dos custos do esporte, puxados por especuladores que sonhavam em ganhar muito dinheiro em pouco tempo, num campo financeiro com pouca tradição e quase nenhum controle externo. Nem mesmo a parceria com empresas multinacionais do setor esportivo e midiático, no modelo dos licenciamentos, gerou segurança. A anunciada parceria Corinthians-HMT&F terminou em tal prejuízo que os associados norte-americanos do Fundo determinaram a retirada das posições do grupo no Brasil.

Ao lado disso, há problemas também para o próprio meio televisivo no Brasil. A televisão aberta é tendencialmente monopólio da rede Globo e, para não bater de frente com ela, as demais não chegam sequer a fazer proposta para aquisição dos direitos de televisionamento. Na TV a cabo ou por satélite, o

¹ Como são empresas, muitos clubes europeus têm seu controle acionário adquirido por empresas de mídia. É o caso do Manchester United, o mais popular da Inglaterra, parcialmente comprado pela B Sky B, canal esportivo da News Corporation, conglomerado de mídia do magnata australiano Rupert Murdoch. Situações semelhantes vivem o francês Paris Saint Germain, do Canal Plus, e o Milan, propriedade da corporação midiática do atual primeiro ministro italiano, Silvio Berlusconi.

² Segunda o jornalista Juca Kfoury (cf. Dossiê Sport TV, 25/8/2002), em vez de vender o espetáculo esportivo, o futebol brasileiro vive de exportar matéria-prima – os jogadores – na mesma condição do que se fazia no Brasil Colônia!

número de assinantes estacionou por culpa dos altos custos da tecnologia, o que mantém este meio ainda restrito às classes de maior poder aquisitivo³. Esse mesmo fator terminou inviabilizando também a alternativa ricamente utilizada nos Estados Unidos e Europa, o sistema *pay-per-view*. Isso tudo acabou por provocar uma bola de neve que, numa reação em cadeia, decretou falência de empresas consideradas sólidas, quebras unilaterais de contrato, redução imposta dos valores dos direitos de transmissão, etc. Na esteira desta crise, ficaram os clubes sem condições de continuarem bancando os salários dos seus craques, inflacionados pela crença de que o negócio do futebol com a televisão era um pote inesgotável de receitas. Jogadores consagrados, mas caros para o novo padrão imposto, são dispensados ou têm seus salários reduzidos. Muitos clubes, desmontados, “redescobrem” suas categorias de base, em busca de novas e baratas “promessas”.

Para ilustrar toda esta crise, vejamos alguns dados recentes: na Copa do Mundo Japão/Coréia, a rede Globo, através do seu braço de marketing esportivo Globo Esporte, inflacionou o leilão da compra dos direitos de televisionamento da Copa para o Brasil, jogando os preços para cima. Depois de conquistar a exclusividade, não conseguiu revendê-la às demais emissoras de sinal aberto, nem obteve no mercado publicitário as cotas de patrocínio necessárias para fazer frente aos absurdos 230 milhões de dólares que havia pago à FIFA. Resultado: ficou com o monopólio do televisionamento para todo o país, mas “micou” com um prejuízo que gira em torno de 100 milhões de dólares⁴. Como não houve tempo nem condições para renegociar suas despesas com a própria FIFA, a Globo transferiu o prejuízo para os clubes brasileiros. Por absoluta falta de outras redes interessadas para pressionar a concorrência no mercado, a CBF e o Clube dos 13 foram obrigados a aceitar o corte de 40% que a Globo impôs ao contrato que lhe garante a exclusividade sobre os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol de 2002⁵.

Esta redução estrangulará ainda mais as já combalidas finanças dos grandes clubes nacionais, cada vez mais dependentes das receitas da televisão. Para que se possa ter uma dimensão mais exata do tamanho do problema para os times daqui, basta considerarmos que, enquanto na Europa o percentual advindo destas verbas (direitos de televisionamento) na composição das receitas dos clubes não atinge 40%, no Brasil estes índices podem chegar a 75% em alguns clubes (Proni, 2000)⁶.

Mas tudo isso parece pouco importar, porque o que fica para a população, mais uma vez usada como massa de manobra para interesses inconfessáveis, é que o nosso futebol é o melhor. Como diz o locutor-torcedor oficial: *Éééééééééé.....PEEEENTA!!!!*

Ao lado destes crescentes problemas que tensionam as relações entre esporte e mídia, outras preocupações decorrentes desta associação encontram-se presentes para o campo da Educação Física,

³ No Brasil, o número de assinantes dos dois maiores operadores – NET/Sky e TVA/Direct – estagnou em 3,5 milhões de assinaturas desde 2000, conforme dados da Folha de São Paulo (23/jun/2002). A crise é tamanha que o sistema operado pela Globo – Globo Cabo – esteve literalmente quebrado no início de 2002, sendo socorrida por um investimento mal explicado de 284 milhões de dólares do BNDES/Governo FHC.

⁴ *Globo declara prejuízo de R\$ 309 mi com Copa*. Folha de São Paulo, E 4, 26/ago/2002.

⁵ E também já definiu os valores e até a fórmula do Campeonato de 2003, conforme os interesses da Globo Esporte.

⁶ PRONI, Marcelo W. *A metamorfose do futebol*. Campinas: Ed Unicamp/Instituto de Economia, 2000.

embora de maneira ainda incipiente. A criação do GTT sobre Esporte, Comunicação e Mídia no Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte reflete o entendimento da área de que é preciso que nos ocupemos de tentar compreender suas possíveis conseqüências no processo de construção de saberes/fazer sobre esporte, atividade física, saúde e lazer. Por outro lado, o pequeno número de produções acadêmicas apresentadas no GTT nos CONBRACE's está a demonstrar que ainda não conseguimos sensibilizar pesquisadores, produzir pesquisas, provocar reflexões, acumular discussão. Para isso, entendemos que esta edição da Motrivivência pode contribuir, dado que a multiplicidade de enfoques que tradicionalmente fazemos das temáticas abordadas ajudará na compreensão da complexidade deste assunto.

Outras decorrências podem ser citadas para explicitar ainda mais o enraizamento do problema no campo da Educação Física: o monopólio da mídia sobre o esporte gera um outro tipo de monopólio, igualmente perverso, que é concentração do oferecimento de programas e transmissões em apenas algumas modalidades, as mais comercializáveis. Este ocultamento de outras práticas corporais e esportivas, algumas com grande identidade cultural, faz com que elas se descaracterizem na medida em que são empurradas para o esquecimento ou, por outra, vão promovendo mudanças somente para ganhar visibilidade na perspectiva da mídia. Além disso, parece problemático também o fato de que o esporte que tem espaço na mídia é somente aquele voltado para o rendimento, como se todas as manifestações possíveis do esporte fossem limitadas à sua concepção espetacularizada. Especificamente para o campo do lazer, preocupa também a progressiva substituição da experiência formativa lúdica, que as práticas corporais e esportivas podem proporcionar, pela mediação tecnológica da televisão, que induz a uma atitude relativamente passiva e de consumo (Pires, 2002)⁷.

Neste número da nossa Motrivivência, vários autores nos ajudam, com suas produções, a entendermos um pouco melhor este intrincado panorama de interesses, visibilidades, ocultamentos, fragmentos, reconstruções, ressignificações, etc.

Nos *Artigos*, ganham destaque os textos de Carlos Azevedo/Aldo Rabelo, Edison Gastaldo, Alfredo Feres Neto e Maria Luiza Belloni.

Nos dois primeiros, o tema predominante é o futebol brasileiro, em suas múltiplas relações. **Azevedo**, jornalista que foi assessor parlamentar da CPI CBF/Nike, e o deputado **Rabelo**, presidente da CPI, relatam os "negócios" envolvendo a entidade federativa do nosso futebol, em que o futebol propriamente dito era o que menos importava. Se os resultados apontados pelo Relatório da CPI, irrefutáveis, são conseguir transformar significativamente o esporte mais popular do país? Bem, isso já é outro papo! Coincidência ou não, parece que o Brasileiro de 2003 vai terminar mesmo com a cara que a Rede Globo/Globo Esporte sempre quis: morte ao Regionais, à Copa dos Campeões e à Copa Mercosul, não por acaso, eventos cujos direitos de transmissão não eram exclusivos da emissora do Jardim Botânico carioca. **Gastaldo**, jornalista e professor da UNISINOS, autor do ótimo *Pátria, Chuteira e Propaganda*⁸, aborda as relações entre futebol e cultura, refletindo nesta pesquisa etnográfica os discursos de apropriação publicitária e jornalística através dos quais a mídia brasileira tematizou a Copa do Mundo da França, em 1998. O colega professor **Feres Neto**, da UCB, por sua vez, prefere examinar a ampliação do

⁷ PIRES, Giovanni De Lorenzi. A Mediação Tecnológica do Esporte como Substituição da Experiência Formativa. *Corpoconsciência*, n. 9, p. 23-39, 2002.

⁸ GASTALDO, Edison. *Pátria, chuteira e propaganda*. São Leopoldo: Ed.UNISINOS, 2002.

leque de possibilidades de se vivenciar o esporte na sociedade pós-moderna e tecnológica, especialmente no que se refere ao entendimento sobre a dimensão do virtual, e as interfaces que se abrem para a Educação Física. Para tanto, oferece sua leitura sobre subjetividade/objetivações baseada em Félix Guattari e Pierre Lévy. Enquanto isso, **Belloni**, professora do Centro de Ciências da Educação/UFSC alerta para a industrialização/espetacularização do lazer e do tempo livre com a participação decisiva da tecnologia midiática, sugerindo que o esporte tornado espetáculo e os discursos sobre saúde e qualidade de vida, na verdade, refletem a cultura narcisista pós-moderna.

Nossa seção *Ponto de Vista* provocou dois colegas, uma jornalista e outro professor de Educação Física, a responderem o seguinte questionamento: *Esporte na Mídia ou Esporte da Mídia: o que temos? E o queremos?* Parafraseando o questionamento de Valter Bracht (esporte **na** escola ou esporte **da** escola?), visamos estimular reflexões sobre as inter-relações entre o esporte e os meios de comunicação de massa. Basicamente, interpelamos: a situação que observamos hoje seria a de uma instituição, ainda relativamente autônoma – o esporte – que tem na mídia uma das suas formas preferenciais de veiculação/divulgação ou, pelo contrário, o nível de adaptação e dependência (principalmente aos patrocínios e venda de direitos) do esporte em relação à mídia estaria já implicando uma situação de domínio (quase propriedade?) desta em relação àquele?

Raquel Moises, jornalista da UFSC e professora da UNIVALI, combina análises semióticas e culturalistas para mostrar que a construção de um esporte da mídia, espetacularizado pela televisão, é fruto da busca insaciável da sociedade atual por divertimento constante, por um não-pensar que vem matando a comunicação. Por sua vez, **Mauro Betti**, professor da UNESP/Bauru e conhecido pesquisador do tema, foi direto: o esporte que está na mídia é sim um esporte da mídia, cuja manifestação é mais visível e hegemônica, influenciando as demais dimensões possíveis ao fenômeno do esporte espetacularizado.

Cientifique-se abre espaço para o estudo da professora e doutoranda **Tatiana Passos Zylberberg**, que, em sua dissertação de mestrado apresentada na FEF/Unicamp, aponta o uso da rede mundial Internet como possibilidade do mundo da (in)formação sobre a cultura corporal para o ensino da Educação Física.

Um **coletivo de acadêmicos de Educação Física da UFSC** relata pesquisa coletiva produzida como tarefa didática de disciplina optativa daquele curso, na seção *Experimentando*. Oferecem sua visão quanto ao tratamento da mídia impressa sobre a etapa da Copa Davis ocorrida no Brasil (Florianópolis, 2001), em que são descritos e comentados o comportamento de três jornais, dois estaduais e a Folha de São Paulo, nos dias que antecederam e nos posteriores ao evento.

Enquanto isso, em *Grupos de Estudos*, a professora **Déborah Thomé Sayão** (UFSC) apresenta o relato de trabalhos relativos a projeto de formação continuada, coordenado por ela, com a participação de um grupo de professores da rede municipal de educação de Florianópolis, tendo como tema a Educação Física na Educação Infantil.

Porta Aberta fecha a presente edição com ensaio da professora **Vera Regina Toledo Camargo** (Unicamp), em que sugere e fundamenta a emergência de um novo campo de estudo, a Comunicação Esportiva, examinado como podem ser constituídos fluxos convergentes entre as Ciências da Comunicação e o Esporte.

Nossa homenagem deste número destina-se ao querido e respeitado jornalista **Barbosa Lima Sobrinho**, falecido aos 103 anos de idade, em 16 de junho de 2000. Ele foi Presidente da ABI (Associação Brasileira de Imprensa) e membro da ABL (Associação Brasileira de Letras) e colaborador do Jornal do Brasil. Era um nacionalista convicto e defensor da liberdade de imprensa, tendo encabeçado a petição que deu origem ao processo de *impeachment* de Fernando Collor, em 1992. Foi um crítico fervoroso da *política econômica desnacionalizante*, segundo ele próprio.

Por fim, destacamos as criativas ilustrações de um jovem artista de Florianópolis, **Pedro Franz Broering**, que aceitou o desafio de representar simbolicamente algumas das abordagens referidas nos textos sobre as relações entre esporte e mídia.

Para concluir, queremos agradecer a todos os nossos amigos colaboradores que, a despeito de a Motrivivência não ser um periódico bem “ranqueado” pelos organismos oficiais de avaliação e financiamento acadêmicos, continuam a acreditar no projeto editorial da revista e a nos prestigiar, encaminhando-nos suas produções. É esse o reconhecimento que estimula o grupo de professores do NEPEF/UFSC a tentar garantir a continuidade do sonho da Motrivivência, que nasceu num já distante 1988, na ensolarada Aracajú.

Saudações dos Editores

Mauricio Roberto da Silva
Giovani De Lorenzi Pires