



## **A mediação na falação esportiva: perspectivas sobre as transmissões de esportes na televisão<sup>1</sup>**

Giordano Bruno Medeiros e Oliveira<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

### **RESUMO**

O presente artigo busca colocar em discussão os processos de mediação nas coberturas de esportes na TV brasileira. Para isso, é feito um resgate histórico das transmissões realizadas desde a era do rádio até o meio televisivo. Este trabalho aponta para alguns resultados que podem ser produtos das mediações no esporte, como o infotainment utilizado nas transmissões tendo em vista a própria cultura do esporte, e faz também uma relação com o que Umberto Eco chama de falação esportiva, ou seja, a supervalorização do discurso midiático em torno do esporte.

**PALAVRAS-CHAVE:** mediação; transmissão esportiva; esportes; falação esportiva; infotainment.

### **Introdução**

A prática de se veicular produtos comunicacionais, seja no rádio ou na televisão, popularmente recebe o nome de transmissão, isto é, determinado conteúdo é difundido para inúmeros espectadores a partir da iniciativa midiática em abrir espaço na sua programação para a exibição. Entretanto, apesar de ser um termo facilmente compreensível entre os receptores midiáticos, é necessário problematizar esse conceito, partindo de questionamentos como: “O que é transmitir?” ou “a mídia atua como transmissora ou mediadora?”

Ainda tomando como base o conceito de transmissão amplamente conhecido, observa-se essa prática no cinema, nas telenovelas, em programas de entretenimento e até mesmo jornalístico, ou seja, toda difusão de conteúdo pela mídia pode ser considerada como uma transmissão, embora, dentro desse quadro existam as “transmissões diretas” ou “transmissões ao vivo”, que representam a cobertura de eventos ou noticiários em tempo real. É neste tipo de transmissão que a discussão desse trabalho se aprofunda, já que a principal observação empírica parte das coberturas esportivas, que de forma direta ou ao vivo foi peça importante para a era de ouro do

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando vinculado ao Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGEM/UFRN). Email: [giordbruno@gmail.com](mailto:giordbruno@gmail.com).



rádio no país e posteriormente passou a ser um dos produtos principais para os principais grupos televisivos.

Quando se observa o campo de conhecimento da Comunicação, há poucas referências conceituais sobre a transmissão como é discutida neste trabalho. Entretanto, um conceito que chama a atenção e que pode também se adequar ao caso dos eventos esportivos exibidos pela mídia é o de mediação, este com um vasto aprofundamento teórico por vários autores da área. Muitas pesquisas de recepção, por exemplo, utilizam da análise das mediações proposta por Jesús Martín-Barbero para estudar seu objeto empírico a partir da sua contextualização em torno da mídia, como os processos de sociabilidade e ritualidade.

Porém, devido ao pouco uso do termo de forma empírica, pode-se perguntar: “O que mediação tem a ver com esporte?” e ainda se as mediações se opõem as transmissões em modo prático. Mesmo não tendo a intenção em exaltar esse estudo, ainda inicial, convém lembrar que as coberturas esportivas pela mídia já foram alvo de críticas e de estudos por diversos teóricos, sendo um dos casos mais enfáticos o do filósofo e escritor, Umberto Eco, que escreveu um artigo chamado “*A falação esportiva*”(1969), termo no qual se refere a função da mídia esportiva e sua espetacularização em torno do esporte.

Se na década de 1960, época em que Umberto Eco escreveu sua crítica, a imprensa esportiva já era objeto de estudo, hoje ela ganha ainda mais características impulsionada por uma nova configuração midiática, em que os conteúdos não são mais apenas televisivos, impressos ou radiofônicos, isto é, abre-se a possibilidade da transmediação dos conteúdos esportivos. É de acordo com essa nova configuração que esse trabalho traz à discussão as transmissões ou mediações esportivas e o seu papel para a força que os eventos esportivos têm atualmente em termos de exposição midiática.

### **O esporte na mídia brasileira**

Se o brasileiro é apaixonado por esporte, principalmente o futebol, a mídia tem uma parcela de contribuição para isso. Num país de grandes dimensões, variadas formas culturais e extrema desigualdade, há uma linguagem capaz de ser compreendida por milhões de pessoas com as mais distintas diferenças, tornando um esporte, que foi criado em outro continente, um símbolo nacional.



Obviamente que nem todos os brasileiros nutrem essa paixão por esportes e existem também críticas para a forma como ele é tratado no país. Para começar a entrar nesse assunto, é preciso entender a relação entre esporte e mídia e buscar entender porque os noticiários e coberturas esportivas ganham tanto espaço nos principais meios de comunicação de massa.

Até a década de 1930, as principais inserções do esporte na mídia eram por meio dos veículos impressos, onde se noticiavam resultados de competições de turfe, remo e futebol, especialmente. Entretanto, foi no ano de 1931 que um evento esportivo foi coberto de forma direta para os espectadores. Essa forma de programação passou a ser chamada de transmissão, como vemos na citação seguinte, a partir do rádio, meio que ganhou bastante força na época.

Para realizar a transmissão, difícil foi encontrar espaço entre os torcedores que se espremiavam nas arquibancadas. Faltando poucos minutos para o início da partida, ansioso, o jovem locutor anunciava para os ouvintes: “Como repórter, vou transmitir daqui tudo aquilo que for acontecendo no campo... Como vocês sabem, o campo de futebol é um retângulo. Então vocês façam um retângulo aí em sua frente, numa cartolina... Ou então, peguem uma caixa de fósforos. A caixa de fósforos é um retangulozinho, não é? Agora sim, a caixa de fósforos é o campo. Do lado esquerdo vão jogar os paulistas, do lado direito, os paranaenses” (RIBEIRO, 2007, p.76).

O jovem locutor citado acima era Nicolau Tuma, que teve que usar da criatividade para contar os detalhes que aconteciam no jogo entre as seleções de São Paulo e do Paraná. Alguns autores até defendem que a partir dessas transmissões radiofônicas, o futebol ganhou ainda mais força no Brasil, pois além da maior visibilidade que o esporte passaria a ter, alguns profissionais da mídia passaram a defender e fazer campanha para a profissionalização dos jogadores, um marco para o crescimento do futebol.

Se o esporte tem uma dívida com o rádio, pode-se dizer que a recíproca também é verdadeira, pois como afirma Soares (1994, p.17), “o rádio esportivo foi essencial para a transformação do futebol em esporte de massa e um importante complemento na definição do rádio como meio de comunicação de massa”. Assim, o rádio caminhou ao lado do esporte por décadas, transmitindo não apenas informações, mas também a emoção proporcionada por uma disputa esportiva.

Ainda tendo base na pesquisa de Edileusa Soares (1994), denominada *A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo*, encontra-se outro termo bastante comum entre os



que acompanham o esporte através da mídia que é a irradiação esportiva. O sentido do termo não diferencia do conceito apresentado de transmissão esportiva, entretanto, é percebido quase que com exclusividade no rádio, o que talvez seja uma forma de identificar esse tipo de cobertura em relação às realizadas pela TV, que após seu surgimento no Brasil foi ganhando espaço entre os admiradores de esportes e adotou as transmissões esportivas como um produto a ser trabalhado.

O surgimento da televisão foi um fenômeno que revolucionou a comunicação em todo o mundo. O novo meio, agora baseado na imagem, impactou a comunicação massiva e ampliou ainda mais a capacidade de identificação entre mídia e espectador. O fascínio pela imagem em uma sociedade totalmente radiofônica foi evidente, estimulando uma debandada de público e profissionais em torno da TV.

Com o esporte, não foi tão diferente. Com poucos anos de implantação no Brasil, o meio televisivo já contava com vários profissionais do rádio em suas coberturas e programas esportivos. Assim como para o rádio, o futebol também deixou sua contribuição para a televisão, como no caso da cobertura da Copa do Mundo de 1970, primeiro evento internacional transmitido ao vivo para o país por meio da TV e também primeira transmissão colorida da televisão brasileira, ainda em circuito fechado. Outros recursos importantes para a televisão em todo o mundo também foram implementados a partir de eventos esportivos, como vemos na citação a seguir.

“a estreia da câmera lenta na Inglaterra, por exemplo, foi na Copa de 1962 no Chile. O Brasil conhece o replay na Copa de 1970 e a tecnologia da transmissão digital é testada experimentalmente pela primeira vez na Copa de 1990, na Itália, enquanto no Mundial de 2006, na Alemanha, operadoras de telefonia móvel europeias começam testes para transmissão.” (CARMONA & POLI *apud* PROCHNIK, 2010, p.11)

De acordo com toda a evolução trazida pelas transmissões esportivas para a TV, reconhece-se que esse tipo de programação possui bastante apelo entre o público em boa parte do mundo. Nos Estados Unidos, por exemplo, o Super Bowl é um dos eventos mais assistidos da temporada e uma vitrine para os anunciantes (JENKINS, 2009, P.127). O autor Henry Jenkins não se aprofunda na discussão sobre esportes, até porque esse não é o objetivo da sua obra *Cultura da Convergência*, entretanto, o que chama atenção é que nas duas vezes em que cita o principal evento esportivo norte-americano, ele aborda as transmissões de comerciais.



Como vemos, as transmissões tanto citadas pelos autores que se aprofundam no jornalismo esportivo quanto em obra voltada para o mercado publicitário têm o sentido de veiculação, isto é, uma transmissão esportiva seria apenas uma veiculação de um evento esportivo por determinada mídia. Na física, por exemplo, o termo transmissão pode representar o transporte de energia ou dados. Na Comunicação também não há uma divergência, pois, transmitir e irradiar são utilizados na prática dentro do mesmo contexto, em que há o transporte de informações da mídia para o receptor.

A estrutura das transmissões esportivas, porém, não sugerem a prática apenas da veiculação de um evento esportivo. Ao contrário, esportes modificam até suas regras para “conseguir mais espaço nas transmissões televisivas e, conseqüentemente, mais visibilidade, aumento da cota de patrocínio e do número de torcedores” (PROCHNIK, 2010, p.2). Assim, há muitas críticas em torno da representação do esporte pela mídia e o que se pode perceber é que talvez ela atue mais como uma mediadora do que propriamente transmissora dos eventos esportivos.

### **Infotimento e falação esportiva**

A programação esportiva na televisão é cada vez mais dotada de novos recursos e ultimamente apropria-se de uma espetacularização do esporte a fim de valorizar o produto exibido. É válido ressaltar que o esporte, pelo menos na sua forma profissional, já carrega uma tendência para o espetáculo, pois consegue unir características como emoção, embate, habilidade e principalmente alegria. É justamente pelo caráter lúdico e divertido do esporte que as TV's têm mudado a forma de explorar os esportes, o que causa uma mistura do gênero informacional com o do entretenimento.

As redações esportivas, embora geralmente sejam incorporadas dentro dos departamentos de jornalismo, exercem papéis bem distintos das demais, pois no esporte mostrado na TV há a preocupação de anunciar mais que uma vitória ou derrota em um campeonato – o que seria o fato a ser relatado – cabendo também explorar a participação do torcedor, os movimentos dos treinadores, os acontecimentos pitorescos, entre outros fenômenos que possam surgir durante o “espetáculo”.

Não se quer dizer aqui que o jornalismo não busque uma riqueza de detalhes ou fazer um juízo de valor com a comparação, entretanto, é notório que o esporte tem uma permissão entre o público para que esses detalhes sejam suavizados nas reportagens e transmissões exatamente pela ludicidade que o envolve, mesmo que em competições



profissionais essa característica esteja embutida diante das rivalidades e tensões de uma disputa.

A raiz do fenômeno está na cultura. Ou melhor, na banalização lúdica da cultura imperante, em que o valor supremo é agora divertir-se e divertir, acima de qualquer outra forma de conhecimento ou ideal. As pessoas abrem um jornal, vão ao cinema, ligam a tevê ou compram um livro para se entreter, no sentido mais ligeiro da palavra, não para martirizar o cérebro com preocupações, problemas, dúvidas. (...) A imprensa sensacionalista não corrompe ninguém; nasce corrompida por uma cultura que, em vez de rejeitar as grosseiras intromissões na vida privada das pessoas, as reivindica... (LLOSA, 2013, p. 123-124).

Para o autor, a sociedade atual tem como valor principal a diversão ou o entretenimento em detrimento a crítica ou a informação da realidade. Desta forma, a indústria cultural e os meios de comunicação favorecem esse tipo de consumo e por consequência, são múltiplas as opções de entretenimento na mídia, que vai desde programas de auditório, musicais, filmes, telenovelas e o esporte, que a partir disso, ganha novas formas de representação.

Apesar dessa dita preferência da sociedade por uma programação midiática que possa entreter, não é possível afirmar que o gênero jornalístico está se transformando totalmente em entretenimento. Há sim que reconhecer uma transformação no modo de produção, porém muito mais em busca de uma combinação entre a informação e o entretenimento, chamada por Dejavite (2007) de infotenimento.

Se o próprio jornalismo, gênero no qual os esportes costumam ser inseridos, seguem uma tendência de notícia *light*, as transmissões esportivas e até mesmo a categoria denominada de jornalismo esportivo já são, por natureza, infotenimento. A transmissão de um jogo de futebol, por exemplo, pode ser informativa sob o aspecto da narração dos fatos e atualização dos dados sobre times e jogadores em campo, mas passa a ser entretenimento quando busca emocionar e divertir o espectador que a acompanha.

Costumo dizer que eu sou um vendedor de emoções. O esporte é emoção. Basicamente é emoção. E o meu trabalho eu acho que é vender essa emoção ao telespectador. No veículo mais cruel que existe, que é a televisão. Então eu sou um vendedor de emoções, tenho que passar essa emoção, mas eu não posso, em momento algum, me imaginar mais importante que a imagem... De um lado está a emoção e do outro lado a verdade dos fatos. Então você tem que tentar juntar as duas coisas. (BUERNO *in* FARIA, 2011, p.24-25)



A citação acima é de um dos principais narradores, e talvez o mais famoso, no Brasil. Galvão Bueno, mesmo sem um aprofundamento teórico na área, reconhece que tem o papel de juntar a emoção com a verdade dos fatos. Na teorização dessa ideia, pode-se facilmente relacionar as transmissões descritas pelo narrador com o conceito já visto de infotainment, isto é, um tipo de programação que une o caráter informativo sem perder um dos principais valores de consumo a uma mídia, que é o do entretenimento.

Com um olhar mais teórico, Barbero & Rangel (2006) também tratam dessa proximidade entre jornalismo e entretenimento no esporte. Os autores também citam a emoção do torcedor como especialidade desse gênero jornalístico, embora não seja o único recurso para a diversão da audiência. Em paralelo com o que afirmou Galvão Bueno, há uma concordância no uso desse entretenimento para não parecer exagerado.

A emoção é a própria alma do esporte. Ela está nos olhos do jogador que faz o gol do título, na decepção da derrota, nas piscinas, quadras e pistas. Em nenhuma outra área do jornalismo a informação e o entretenimento estão tão próximos. Alguns narradores são considerados bons porque narram com o coração, mexendo com as emoções do torcedor. Mas há um limite para tanta adrenalina? Sim, há! Transformar um evento esportivo em grande espetáculo no qual o simples passe de um jogador para outro é narrado com grande entusiasmo é exagerado (BARBERO & RANGEL, 2006, p. 45).

A grande dificuldade para os profissionais que trabalham com coberturas de eventos esportivos talvez esteja encontrar esse meio-termo. É preciso saber que o mesmo público que liga a TV em busca de entretenimento nos esportes, por exemplo, também precisam saber das regras, estatísticas e notícias dos times para poder entender o que está sendo mostrado. Assim, é possível perceber que as principais emissoras que transmitem esportes na televisão já inserem elementos do entretenimento seja nos programas esportivos ou nas próprias transmissões diretas, como recursos humorísticos, participação da torcida, entre outros.

Entretanto, essa forma de promoção do esporte por meio da mídia tem também seus pontos contrários, principalmente nos estudos acadêmicos da Comunicação. Conforme Helal (2011, p.14), até meados da década de 1980 a literatura acadêmica sobre o futebol no Brasil era influenciada pelo marxismo e tinha uma visão “apocalíptica”, considerando o esporte como o ópio dos povos e uma forte ferramenta de alienação dos dominados.



O esporte, como uma programação midiática, obviamente pode se inserir no contexto da indústria cultural cunhado pela Escola de Frankfurt, pois assim como há a reprodutibilidade técnica as formas artísticas, também há a reprodutibilidade dos esportes profissionais, que geram lucros tanto para os que promovem quanto para os que veiculam. Em uma visão mais simplista, poderia se dizer que o esporte da indústria cultural deixa de lado todo o seu aspecto artístico e de diversão para ser uma forma de trabalho e obtenção de lucros. Todavia, por meio das mais variadas produções realizadas no Brasil acerca da sociologia e do esporte, alguns novos conceitos sobre o papel do esporte na sociedade já são mais levados em consideração, como aqueles que entendem sim o futebol, principalmente, como uma paixão nacional e instrumento para uma representação de uma identidade.

Esta perspectiva desenvolveu-se e, em minha opinião, podemos afirmar que domina hoje uma interpretação quase oposta: o futebol, e de modo geral o esporte, tornou-se espaço de formação de identidades e de expressão do nacional ou regional, de participação e pertencimento, de emoção e prazer, de recreação, criação e imaginação. Neste sentido, o futebol passou a ser visto como expressão identitária e cultural que pode estar ao lado de outras artes populares, criando-se as afinidades entre tango e futebol e samba, carnaval e futebol. Mais ainda. De modo geral o esporte passa a ser considerado como arte, embora com o qualificativo de popular. Temos, portanto, uma significativa mudança, um conjunto de viradas, nas interpretações ou teorias postas em jogo para analisar o esporte. (LOVISOLO apud MENDONÇA & RIBEIRO, 2012, p.4)

Embora essa concepção tenha mudado um pouco com a produção acadêmica acerca do esporte no Brasil e a criação de variados grupos de pesquisa na área, a visão do escritor italiano Umberto Eco no artigo *A falação esportiva* ainda continua com muita força entre os que estudam o discurso da mídia em relação a esse objeto e, apesar de ser uma obra do final da década de 1960, tem pertinência também para os estudos atuais.

Na crítica feita por Eco, a discussão na sociedade não é mais sobre o esporte em si, mas sobre a falação em torno do esporte, isto é, sobre a imprensa, as transmissões e as formas de representações do esporte na mídia. Para chegar até esse ponto, o pesquisador divide o esporte em três categorias: “elevado ao quadrado”, “elevado ao cubo” e “elevado à enésima potência” (MARQUES, 2002, p.18)

A relação com as Ciências Exatas pode até parecer estranha para esse tipo de trabalho, porém faz sentido no que diz respeito ao grau de especulação em torno de um





esporte. No esporte elevado ao quadrado, por exemplo, o jogo deixa de ser apenas uma atividade lúdica praticada por alguns membros para ser também assistido, surgindo então a figura do espectador. Já o esporte elevado ao cubo tem a ver com a “falação” em torno dessa atividade, isto é, o discurso sobre o que foi assistido na disputa esportiva, sendo portanto atribuído ao discurso da imprensa esportiva inicial.

Já no mais alto grau, o esporte elevado à enésima potência, a representação aplicada é a da “falação” sobre a “falação esportiva. Neste caso, o que está em foco é o discurso sobre a imprensa esportiva e não mais somente às atividades desenvolvidas pelos atletas em determinada disputa. O discurso da imprensa passa a pautar a visão da sociedade sobre o esporte, que perde sua essência inicial, segundo o autor. Se não ocorresse uma competição, por exemplo, mas mesmo assim a mídia se interessasse a fazer uma transmissão fictícia, certamente as discussões seriam as mesmas de outrora.

Por um certo ponto, Umberto Eco é coerente nessa análise, que pode ser comprovada por uma transmissão feita no Brasil. No ano de 1951, a Rádio Panamericana resolveu fazer uma pegadinha com os espectadores e as outras emissoras, e no dia 1º de Abril transmitiu um jogo fictício entre Milan e São Paulo, que seria contado diretamente da Itália, causando grande alvoroço entre os brasileiros.

A emissora colocou no ar a narração forjada, causando desespero na torcida são-paulina. Segundo a "transmissão", o juiz roubava descaradamente para os italianos, que "jogavam" pesado, agredindo os brasileiros. Hélio Ansaldo frisa: "Foi criado todo um clima contra o Milan e contra o juiz, e esse clima foi o que fez com que o São Paulo estivesse perdendo de 4 a 0. Aí 'caiu' a linha". Muitos desligaram o rádio antes do final da transmissão fictícia. Já no Bixiga, bairro de imigrantes italianos, os torcedores comemoraram a vitória do Milan... Paulo Machado de Carvalho Filho assinala que no dia seguinte alguns jornais brasileiros, principalmente de outros estados, publicaram matéria "como se o jogo fictício realmente tivesse havido". Com o cuidado de guardar as devidas proporções, ele compara o episódio à falsa invasão dos Estados Unidos pelos marcianos, programa de rádio de Orson Welles, em 1938, que provocou pânico nos norte-americanos. (SOARES, 1994, 43-44)

Como se observou, um caso como esse traz à discussão os três graus de categorização do esporte definidos por Eco, e mais claramente a elevação à enésima potência por se tratar de uma transmissão imaginária, no entanto, não são apenas casos como esse que corroboram com a classificação. Se for realizada uma breve análise sobre a Copa do Mundo no Brasil, por exemplo, pode-se perceber que o discurso sobre o 7x1 é majoritariamente promovido pela mídia, que criou uma aura do futebol brasileiro,



tornando-o quase insuperável. Entretanto, ao mesmo tempo em que foram criados novos vilões, outros foram esquecidos ou até perdoados, como o caso do goleiro Barbosa, da Seleção de 1950, responsabilizado por muito tempo pela derrota para o Uruguai no Maracanã.

Todavia, tratar as transmissões esportivas ou os discursos midiáticos sobre os esportes apenas como alienação talvez não seja o mais adequado. Reconhece-se que a mídia pode alterar o jeito de se vê o esporte, entretanto, o esporte também tem suas imbricações na própria mídia, como no exemplo do caso do infotimento na televisão, presente em grande parte das coberturas esportivas. Assim, esse tipo de programação pode ser tratado sobre o viés das mediações, processo que mexe tanto com as formas de produção como de recepção.

### **O esporte como mediação**

Como já foi abordado desde o início do trabalho, o que se vê aqui é a possibilidade das coberturas esportivas atuarem como mediações. Desta forma, este trabalho se constitui por um viés até mais metodológico que de uma análise focada em apenas um objeto. A justificativa é de que muitos são os métodos capazes de analisar uma transmissão, mas se levarmos em conta o engajamento do público com esse tipo de programação e as exigências embutidas entre os polos de emissão e recepção, é possível também afirmar que esse tipo de conteúdo midiático é também uma mediação.

Quando se discute sobre falação esportiva ou qualquer outro tipo de referência ao discurso da mídia esportiva, é difícil retirar o texto do contexto, isto é, nos apontamentos realizados sobre esse tema estão incluídos já os mais variados elementos, como a cultura do esporte, a cultura da mídia e a cultura do próprio receptor, que também passa a participar desse processo. Para não ficar apenas nesse exemplo, o infotimento no esporte – também já citado- não é uma idealização apenas midiática, pois não haveria efeito em uma imposição da mídia se a própria realidade esportiva não permitisse ser tratada de forma mais suave ou até mesmo divertida, diferenciando de casos como da política e economia, por exemplo, geralmente abordados com maior densidade.

O antropólogo e semiólogo colombiano, Jesus Martín-Barbero, é um dos principais teóricos a abordar temáticas referentes às mediações. Embora seus trabalhos não abranjam a área do esporte, pode-se tirar alguns apontamentos do autor sobre as mediações que são adequáveis ao objeto estudado. Em uma das análises feitas na obra



*Dos meios às mediações*, Barbero cita o caso da política e afirma que o que estamos vivendo não é a sua dissolução, mas as novas formas de interpelação da sociedade com uma reconfiguração das mediações. (2009, p.14)

Essa reconfiguração das mediações é vista principalmente pelo aspecto das mediações televisivas e radiofônicas, que em vez de substituir a política passou a ser parte integrante do próprio discurso e da ação política, “pois o meio não se limita mais a veicular ou a traduzir as representações existentes, nem tampouco a substituí-las, mas começou a constituir uma cena fundamental da vida pública. (BARBERO, 2009, p.14)

Embora a política seja uma tema bem distinto do esporte, é possível realizar uma analogia a partir desse apontamento de Martín-Barbero. Primeiramente que no conceito de falação esportiva, “o esporte é o substituto mais fácil das coisas sérias da vida” (MARQUES, 2002, p.6), o que quer dizer que o discurso esportivo e todos os seus agentes – narradores, comentaristas, jogadores, técnicos e torcedores – são representações da administração da coisa pública, mas com um diferencial, não há necessidade dos cuidados e da seriedade que se deve ter na política.

Porém, a analogia entre as mediações na política e no esporte podem ser ainda mais amplas. Quando se fala que o que se vive hoje é uma reconfiguração das mediações e não uma substituição da política, pode-se usar o mesmo argumento para o esporte. Não dá para negar a influência que as mediações, principalmente televisivas e radiofônicas, geram fortes impactos no âmbito esportivo, entretanto a mídia passa a ser apenas uma das integrantes desse processo mediativo, não se limitando mais a transmitir, mas a fazer parte do próprio jogo esportivo.

Com isso, o que se chama comumente de transmissão esportiva poderia ser chamado facilmente de mediação esportiva, embora se destaque que a questão da transmissão tem mais a ver com a tecnicidade da programação. Esse tipo de programação mexe com os mais variados aspectos ligados ao futebol, sendo maior que uma transmissão de mensagens, influenciando a emoção do público, ganhos financeiros dos clubes e parceiros, adequações nas praças esportivas, entre outros fatores que demonstram a força do esporte mediado, que inegavelmente pode ter perdido sua essência inicial, mas conquista inúmeros adeptos que conseqüentemente passam a também fazer parte do processo de mediações, como afirma Thompson ao falar da formação do *self*.

Para os autores de uma tradição amplamente “estruturalista”, ou cujo enfoque foi influenciado significativamente pelas pressuposições da



linguística estruturalista, o self é visto principalmente como um produto ou idealização de sistemas simbólicos que o precedem. Uma variedade de termos foram introduzidos, desde a “interpelação de Althusser às “técnicas” e “tecnologias” pessoais de Foucault, para tentar especificar como os indivíduos se tornam sujeitos que pensam e agem de acordo com as possibilidades que lhes vão sendo adiantadas. É óbvio, os sistemas simbólicos dominantes (que alguns costumam chamar de “ideologias” e outros preferem chamar de “discursos”) não definem cada movimento do indivíduo. Como num jogo de xadrez, o sistema dominante definirá que movimentos estão ou não estão abertos aos indivíduos – com a diferença não trivial de que, ao contrário do xadrez, a vida social é um jogo que não se pode deixar de jogar (THOMPSON, 2008, p.183).

A metáfora do jogo de xadrez pode resumir com muita precisão parte do que já foi exposto até aqui, isto é, os discursos dominantes orientam os indivíduos, mas não são determinantes para suas atitudes. Ao contrário, os próprios espectadores também fazem parte desse processo de mediação, sendo a própria mídia também produto de uma sociedade ou de um determinado público, bem específico no caso dos canais esportivos na televisão. Assim, o estudo das mediações esportivas mostra que não há simplesmente uma transmissão, mas uma troca simbólica ente emissor e espectador, a mídia que abre o espaço e o torcedor que determina suas ações.

### **Considerações finais**

No decorrer desse artigo, foi proposta uma reflexão metodológica acerca de como se veem as transmissões esportivas atualmente. O percurso histórico que esse tipo de programação teve no Brasil e o modo como passou a influenciar a própria atividade esportiva também apareceu como um dos destaques presentes desde o início do trabalho, porém, sem esquecer que o meio também carrega simbolismos do próprio público e do tipo de evento que é exibido.

Ainda que não exista a análise de um caso específico nesse trabalho, a contextualização do que é apresentado como mediação esportiva foi feita a partir de diversos exemplos, como os da busca pela emoção e entretenimento. Mas novos casos que reiteram essa mediação ganham força a cada dia, principalmente no âmbito do engajamento da audiência por meio de redes sociais virtuais, em que a cultura do público invade também a mídia. Por isso, vê-se também a necessidade da pesquisa ser ainda continuada e também aprofundada, buscando sempre atualizações com casos que possam corroborar essa ideia.



O que se pode tirar desse trabalho também é que as coberturas esportivas na televisão são produtos midiáticos que podem ser relevantes nos estudos em comunicação, mas que também estimula a interdisciplinaridade, não ficando apenas no foco entre emissor e receptor, mas encontrando conceitos da socióloga, antropologia ou linguística. Destarte, as mediações dentro das transmissões esportivas podem ser exploradas por diversas áreas da ciência, demonstrando relevância principalmente por ser uma das produções em destaque na televisão brasileira.

## REFERÊNCIAS

- BARBEIRO, H. RANGEL, P. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.
- DEJAVITE, F.A. **A notícia light e o jornalismo de infotainment**. Santos: Intercom, 2007.
- HELAL, R. **Futebol e comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil**. São Paulo: Revista Comunicação, Mídia e Cultura, 2011.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009 (Edição em português).
- LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo**. Uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Tradução Ivone Benedetti. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.
- MARQUES, José Carlos. **A falação esportiva: o discurso da imprensa esportiva e o aspecto mítico do futebol**. Salvador: Intercom, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- MENDONÇA, R. RIBEIRO, L.A. **O humor no jornalismo esportivo radiofônico**. Belo Horizonte: UNI-BH, 2012.
- PROCHNIK, L. **O futebol na telinha: a relação entre o esporte mais popular do Brasil e a mídia**. Vitória: Intercom, 2010.
- RIBEIRO, A. **Os donos do espetáculo: histórias da imprensa esportiva no Brasil**. São Paulo: Terceiro nome, 2007.
- SOARES, E. **A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo**. São Paulo: Summus, 1994.
- THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2008. 10. ed.