

RESENHA DO LIVRO “FUTEBOL E MÍDIA: DISCUSSÕES ALÉM DO CAMPO”, ORGANIZADO POR MAURÍCIO BARTH E GUSTAVO ROESE SANFELICE

Cristiano Mezzaroba

Universidade Federal de Sergipe

Departamento de Educação Física e Programa de Pós-Graduação em Educação | São Cristóvão, Brasil
cristiano_mezzaroba@yahoo.com.br | ORCID iD: 0000-0003-4214-0629

Rodolfo Semeone Alves Correia

Universidade Federal de Sergipe

Programa de Pós-Graduação em Educação | São Cristóvão, Brasil
rodolfosemeone2@gmail.com | ORCID iD: 0009-0009-8946-6838

A obra “Futebol e Mídia: discussões além do campo”, organizada por Maurício Barth e Gustavo Roese Sanfelice, explora a profunda influência do futebol na cultura brasileira e suas implicações na mídia nos 8 (oito) textos que constituem o livro. O futebol é retratado como um elemento da identidade nacional brasileira, unindo diversas camadas sociais e influenciando aspectos culturais como música, arte, moda e política. Além de promover a mobilidade social, o esporte também funciona como um fenômeno midiático global. E, nesse sentido, o *e-book* convida os(as) leitores(as) a refletir sobre essas interseções, oferecendo uma análise detalhada do futebol como um espetáculo cultural e midiático.

O Dr. Maurício Barth, graduado em Publicidade e Propaganda, possui mestrado em Indústria Criativa e doutorado em Diversidade Cultural e atualmente é professor na Universidade Feevale, em Novo Hamburgo/RS. Já seu colega organizador e de universidade, Prof. Dr. Gustavo Roese Sanfelice, tem graduação em Educação Física (EF), mestrado em Ciência do Movimento Humano e doutorado em Ciências da Comunicação. Sanfelice atua no Comitê Científico do Grupo de Trabalho Temático Comunicação e Mídia do Colégio Brasileiro

de Ciências do Esporte (CBCE) desde 2003, explicitando profunda relação com a temática do livro.

O texto de abertura, “Ícones da cultura árabe na Copa do Mundo de 2022 no Catar: o *la’eeb* e o *bisht* como veículos de comunicação estatal”, de Ary José Rocco Jr. e José Carlos Marques, aborda a cerimônia de abertura e de premiação daquele megaevento esportivo. A ênfase recai sobre a quebra do protocolo da FIFA durante a premiação, quando Lionel Messi, capitão da seleção argentina, foi presenteado com um *bisht*, uma vestimenta tradicional árabe, pelo emir do Catar. Isso provocou reações mistas na imprensa brasileira, com alguns veículos adotando uma abordagem mais crítica em relação àquele país, enquanto outros destacaram aspectos positivos do cerimonial. Os autores reconhecem a importância do futebol como forma de entretenimento e também como meio para refletir sobre questões sociais profundas.

O segundo texto, de Júlia Fernanda Lemos Backes, “Preta como a nossa história: uma análise imagética da campanha de lançamento da camisa do Sport Club Internacional alusiva ao Dia da Consciência Negra”, analisa um episódio de racismo estrutural durante uma partida do clube colorado gaúcho. Com o recurso dos *keyframes*, a autora mostra uma imagem do jogador Taison sofrendo racismo, evidenciando como o esporte é reflexo da sociedade em pleno século XXI. Tratando o ocorrido sob a perspectiva do racismo estrutural, a autora também destaca em seu texto o apoio à luta contra o racismo e contra as práticas discriminatórias, considerando o futebol uma plataforma significativa para tocar nessas questões, pela presença de jogadores de diversas origens étnicas e raciais, cuja representatividade contribui para quebrar barreiras.

Já o terceiro texto, “*El pistolero*: análises sobre ações de *marketing* esportivo utilizadas pelo Grêmio Football Porto-alegrense para promover a contratação do atleta Luis Suárez”, escrito por Marco Antonio Mello e Maurício Barth, apresenta uma reflexão abrangente sobre o papel do futebol como um catalisador de emoções e identidades, destacando a contratação do famoso jogador uruguaio pela equipe gremista como um marco significativo. A estratégia do clube revelou a utilização eficaz de diferentes plataformas, como *Instagram* e *Youtube*. A ênfase na identificação emocional dos torcedores com Suárez, integrando elementos culturais e imagens que remetiam à origem uruguaia do jogador, criou conexões emocionais para fortalecer a relação entre clube e torcedores.

O texto produzido por Joaquín Marín Montín, intitulado “*Impacto mediático del fútbol femenino profesional en España: el caso del éxito del FC Barcelona*”, aborda a evolução do futebol feminino na Espanha desde os anos 1990, com clubes como Athletic Club e FC Barcelona incorporando equipes femininas, o que impulsionou a popularização e a técnica do esporte. A profissionalização avançou com a criação da Liga Iberdrola e, em 2021, com a Liga Profissional de Futebol Feminino (LPFF), com destaque para o Barcelona Feminino (gestão e conquistas). No texto, expõe-se que o patrocínio da Iberdrola e a transmissão televisiva aumentaram a visibilidade do esporte, enquanto as redes sociais ampliaram o engajamento dos fãs.

Seguindo com o quinto trabalho, “Nunca foi só futebol: um estudo sobre o futebol *callejero* vivenciado por mulheres no Programa Esporte Integral (PEI)”, os(as) autores(as) Andressa Vieira Allet, Augusto Dias Dotto, Carolina Caneva da Silva, Tobias Gernhardt de Souza e Raquel da Silveira fazem referência aos resultados de uma pesquisa empírica de

mestrado que abordou a relação entre o Programa Esporte Integral (PEI), especificamente a prática do Futebol *Callejero*, e questões sociais como classe social, formação de crianças e jovens, e gênero, utilizando a Sociologia Pragmática como ferramenta analítica. O estudo revela a existência de ‘momentos críticos’ no PEI, marcados por debates sobre autonomia infantil, relações de gênero no futebol e a trajetória do Futebol *Callejero* como agente de acesso ao tema do gênero. Além disso, ressalta a importância desses espaços como acolhedores e facilitadores de mudanças de vida, especialmente para minorias, como LGBT e mulheres, com o PEI configurando-se como uma rede de apoio crucial para a compreensão e aceitação da identidade de gênero, enquanto o Futebol *Callejero* supera estereótipos e abre oportunidades para pessoas não binárias.

Mariana da Silva Brum, André Luís dos Santos Silva e Silvana Vilodre Goellner contribuíram com o trabalho “Leda Maria: não disputei as Olimpíadas dentro do campo, mas consegui disputar como comentarista”, o qual analisa a trajetória esportiva de Leda Maria Cozer de Abreu, uma narrativa rica em experiências, desafios e superações ao longo de sua carreira no futebol. O relato apresenta não apenas as conquistas e glórias, mas também as dificuldades e frustrações que marcaram a jornada da ex-jogadora. Trata-se de uma abordagem detalhada, da infância aos momentos pós-carreira, destacando aspectos familiares, como o fato de seus pais darem liberdade para que ela jogasse futebol em uma época em que se proibia a prática do futebol pelas mulheres, além da conciliação entre os estudos e a prática esportiva, pilar para a formação de um atleta. Detalhes da sua participação na seleção brasileira, especialmente no período preparatório para os Jogos Olímpicos de Atlanta em 1996, e a disparidade salarial entre o futebol feminino e masculino adicionam um componente crítico à narrativa, corroborando a história de resiliência e determinação de uma mulher no cenário do futebol feminino brasileiro.

O penúltimo texto, “Vilão ou herói? Discussões sobre a construção de marca de Neymar Jr. em ‘O caos perfeito’”, tem autoria de Vitor Aloysio Klein e Maurício Barth, que discutem a relação entre futebol, mídia e *branding*, centrado na minissérie “Neymar – O Caos Perfeito”. Os autores destacam a relevância do futebol como o esporte mais popular globalmente, sublinhando os investimentos milionários e a influência midiática. A série documental apresenta a trajetória do jogador brasileiro, desde a infância até a consagração como estrela do *Paris Saint-Germain*. O trabalho configura-se como um estudo de caso que se utiliza da retórica da imagem aplicada na análise, utilizando *keyframes* selecionados da minissérie para revelar aspectos cruciais da vida e carreira do jogador. O embasamento teórico abrange conceitos de *branding*, como *Brand Equity* e *branding sensorial*, com ênfase na relação entre futebol e *branding*, especialmente no contexto cultural brasileiro. Com isso, o texto destaca a complexidade da gestão da marca de Neymar Jr., evidenciando a relação conflituosa com seu pai, as polêmicas pessoais e a importância estratégica da NR Sports.

Por fim, o oitavo trabalho, intitulado “Esporte, saúde e covid-19: uma análise documental desvelando discursos midiáticos na pandemia”, de Cristiano Mezzaroba, Beatriz de França Alves, Rodolfo Semeone Alves Correia e Adriano de Souza Freitas, aborda questões referentes aos discursos propagados em *sites* jornalísticos que buscaram tratar o esporte como recurso para inibição dos sintomas ocasionados pelo coronavírus. A pandemia é apresentada como um evento que impactou todas as esferas sociais, incluindo o esporte de alto rendimento. Os autores problematizam a fala do então presidente brasileiro, Jair Bolsonaro, associando seu “histórico

de atleta” à suposta imunidade ao vírus, o que gerou discussões sobre a relação entre esporte e saúde. No entanto, o estudo evidencia que o *status* de atleta não garante proteção contra a covid-19, corroborado pelas notícias sobre atletas com acometimento e falecimento pela covid-19. A análise de discursos midiáticos e científicos revelou ambiguidades e contradições. O texto destaca casos de atletas que contraíram o vírus, desmistificando a ideia de que o esporte tem efeito imunizante (para covid-19, por exemplo). Além disso, são abordadas influências políticas e midiáticas no contexto esportivo durante a pandemia, questionando a suposta linearidade entre esporte e saúde propagada por alguns discursos. Tudo isso é mostrado e refletido a partir da explanação e análise de materiais midiáticos em relação a discursos científicos.

Como podemos ver, os textos analisados abordam diversos temas relacionados ao futebol, desde eventos específicos, como a Copa do Mundo de 2022 no Catar, até questões sociais, como o racismo no esporte e estratégias de *marketing* esportivo. Em geral, o conjunto desses oito textos que compõem a obra apresenta relevância no contexto atual, explorando eventos recentes e questões sociais pertinentes. A linguagem utilizada facilita o entendimento, sendo acessível e clara, e as abordagens teóricas e metodológicas são variadas, envolvendo análises críticas, informativas e inovadoras.

Alguns textos poderiam aprofundar-se mais em determinados aspectos, como a análise das controvérsias em torno da escolha do Catar como sede da Copa do Mundo ou desafios específicos enfrentados por mulheres no esporte, além de mais detalhes com artigos científicos na relação que envolve esporte, saúde e covid-19, ampliando a discursividade midiática para uma discursividade científica envolvendo essa tríade entre esporte, saúde e covid-19.

As contribuições das obras para o público incluem a conscientização sobre questões sociais, compreensão das estratégias de sucesso no futebol feminino e percepções sobre a gestão de imagem no contexto do esporte.

No geral, os textos oferecem uma visão abrangente e diversificada do universo do futebol, proporcionando reflexões valiosas sobre questões sociais, econômicas e culturais que vão além daquilo que costumamos ver “dentro do campo”, como, por exemplo, a relação com as diferentes camadas socioeconômicas, a exploração do esporte pelas grandes corporações, a sobreposição de culturas e sua massificação, entre outras mais.

Obras como essa possuem a qualidade de, mesmo com textos heterogêneos e sem conexão direta entre si, registrar aspectos que capturam elementos do contemporâneo e nos ajudam a melhor observar e analisar esse fenômeno global que tem imenso poder de atração das atenções e gostos.

Referências Bibliográficas

BARTH, Mauricio; SANFELICE, Gustavo Roese (Orgs.). 2023. *Futebol e mídia: discussões além do campo*. Novo Hamburgo: Feevale.

Enviado: 28 de setembro de 2024

Aceito: 02 de dezembro de 2024