

Quando a marginalidade ganha destaque: articulações entre esporte, comunicação e cultura

When marginality is highlighted:
linkages between sport, culture and communication

Allyson Carvalho de Araújo - UFRN

MONTÍN, Joaquín Marín (Org.). **Deporte, comunicación y cultura**. Sevilla: Comunicación social ediciones y publicaciones, 2012.

Ao tentar mapear os investimentos em estudos sobre esporte, seja na área de comunicação ou mesmo nas ciências sociais, é perceptível a negligência do debate sobre essa manifestação. Ao que parece, a manifestação esportiva carece do prestígio social e que outras manifestações sociais detêm. Este tipo de inferência já foi colocada a décadas atrás por Dunning e Maguire (1997, p. 322) ao destacar que “aos olhos da maioria dos defensores das teorias sociológicas que predominam atualmente, o esporte não levanta nenhum problema significativo”. Contudo, é na fala do pensador alemão radicado nos Estados Unidos, Hans Ulrich Gumbrecht, que a noção do esporte como a “mais bela marginalidade a vida” ganha notoriedade (GUMBRECHT, 2007, p. 27). Segundo este autor “a referência à marginalidade do esporte funciona como advertência bem-humorada sobre o risco de levar os prazeres que ele oferece a sério demais” (GUMBRECHT, 2007, p. 27).

A despeito da percepção marginal do esporte como elemento de estudo países como a Espanha, os Estados Unidos da América e o Brasil tem investido em produções que promovem reflexões a cerca do esporte em diálogo com as ciências sociais e a área da comunicação a partir da percepção deste como elemento da cultura.

Neste sentido, o livro “Deporte, Comunicación y Cultura” agrega falas de diferentes países em torno deste eixo de debate. A obra organizada pelo Professor Joaquín Marín Montín¹ representa a ampliação do esforço deste pesquisador em reunir trabalhos de pesquisadores em torno do esporte em suas relações com os meios de comunicação. Este esforço pode ser percebido anteriormente a partir de dois outros livros lançando em parceria com autores espanhóis, a saber: “Comunicación y Deporte: Nuevas Perspectivas de Análisis” (MONTÍN, 2005) e “Imagen, Comunicación y Deporte: una Aproximación Teórica” (MONTÍN, 2008). Nesta terceira publicação da série, o pesquisador ocupa-se em dar visibilidade a produção de um grupo de quatorze pesquisadores do Brasil, Espanha e Portugal que, mesmo sem diálogos sistemáticos, criam afinidades ao discutir a repercussão midiática do esporte expressa na publicidade, jornalismo, produções artísticas, dentre outros.

¹ Professor titular do Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura da la Facultad de Comunicación da Universidad de Sevilla.

Os onze trabalhos que compõem a obra estão distribuídos em duas partes que agrupam assuntos afins. A primeira parte intitula-se “Deporte, médios y comunicaci3n” e é composta por cinco capítulos. O primeiro escrito trata-se do trabalho do Professor Francisco Pinheiro (Universidade de Coimbra – Portugal) que tematiza, a partir de uma perspectiva histórica, a análise das principais correntes de pensamento e formatos de investigação dos trabalhos que associam o esporte e a comunicação. O segundo estudo é uma reflexão de Eduardo Gil (Canal Sur Radio – Espanha) e Hilario Romero Bejarano (Universidade de Sevilla – Espanha) sobre a transformação da transmissão esportiva de rádio associada a interesses econômicos e empresariais. O terceiro estudo é fruto da pesquisa de Andeson Carpes (Jornal Semanário de Bento Gonçalves – Brasil) e Marli Hatje Hammes (Universidade Federal de Santa Maria – Brasil) que também tematizam o meio radiofônico, agora no contexto brasileiro, e suas utilizações de figuras de linguagem na transmissão esportiva.

O quarto capítulo, de autoria de Carlos Parra Alcaraz (Universidade de Sevilla; Universidade Pablo Olavide – Espanha), descreve as tendências das modalidades esportivas em ambiente natural e levanta a necessidade de difusão destas práticas nos meios de comunicação como estratégia para consolidá-las. Já no quinto e último capítulo da primeira parte deste livro, o professor Gustavo Roese Sanfelice (Universidade Feevale – Brasil) faz uma análise sócio-simbólica da cobertura de dois jornais impressos com relevância nacional acerca da ginasta Daiane dos Santos.

A segunda parte do livro tem o título de “Deporte, ocio y cultura” é composta por seis capítulos que se ocupam de pensar os usos e as representações do esporte na cultura contemporânea a partir dos diálogos com diferentes suportes. O professor Manuel A. Vázquez Mandel (Universidade de Sevilla – Espanha) inicia esta segunda parte do livro com um capítulo teórico que tece relações do esporte com as teorias do lazer e seus reflexos nas práticas culturais.

O capítulo sete apresenta reflexões sobre a construção da figura do herói esportivo a partir da referência do mito. Para tanto a Professora Maria Ángeles Martínez García (Universidade de Sevilla – Espanha) valoriza o espaço esportivo como privilegiado para a construção do herói, sobretudo quando dialogado com os meios de comunicação.

O capítulo oito, de autoria da professora Maria Ramos Serrano (Universidade de Sevilla – Espanha), trata dos videogames como estratégia de lazer que recorrentemente tem acionado a temática esportiva e que está em constante negociação com aspectos publicitários. O nono e o décimo capítulo tematizam a sétima arte. O primeiro destes é produto dos registros de Francisco Perales Bazo (Universidade de Sevilla – Espanha) que argumenta o cinema esportivo como gênero autônomo e demarca que na produção espanhola o boxer e o futebol foram as maiores recorrências na representação deste gênero. Já a segunda produção sobre cinema é fruto da colaboração dos professores Allyson Carvalho de Araújo (Universidade Federal do Rio Grande do Norte – Brasil) e Joaquín Marín Montín (Universidade de Sevilla – Espanha) que analisam as mostras exibidas no Festival Cine y Deporte de Sevilla para pensar a representação do esporte.

O último artigo que compõe o livro, do professor Antonio Roda Martínez (Universidade de Sevilla – Espanha) busca refletir categorias como lazer e cultura a partir do jogo de rol em diálogo com as atividades esportivas.

Certamente, “Deporte, comunicación y cultura” é uma obra endereçada tanto aos admiradores do esporte e aos consumidores midiáticos. Contudo, independentemente dos capítulos estabelecerem abordagens teóricas ou analíticas, é certo que todos instigam pela riqueza de idéias presentes na obra, fruto da multiplicidade de falas que se localizam geográfica e conceitualmente em espaços distintos. Convido o leitor para debruçar-se sobre a obra e acessar às idéias destes pesquisadores para nutrir ainda mais o diálogo da comunicação com o esporte.

REFERÊNCIAS

DUNNING, E.; MAGUIRE, J. As relações entre os sexos no esporte. **Estudos Feministas**, Florianópolis: UFSC, v. 5, n. 2, p. 321-348, 1997.

GUMBRECHT, H. U. **Elogio da beleza atlética**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MONTÍN, Joaquín Marín (Org.). **Comunicación y deporte**: nuevas perspectivas de análisis. Sevilla: Comunicación social ediciones y publicaciones, 2005.

_____. **Imagen, comunicación y deporte**: una aproximación teórica. Madrid: Vision Libros, 2008.