

## NOVAS CONFIGURAÇÕES SOCIOECONÔMICAS DO ESPORTE CONTEMPORÂNEO

### NEW SOCIOECONOMICS SPORT CONTEMPORARY CONFIGURATIONS

Renato Francisco Rodrigues Marques\*  
Gustavo Luis Gutierrez\*\*  
Paulo César Montagner\*\*\*

---

#### RESUMO

O esporte instaurou-se como importante fenômeno sócio-cultural no século XX em cujo final passou por uma transformação em termos de valores e abrangência. Enquanto sua forma moderna que segundo referencial utilizado neste ensaio, teve sua gênese no século XIX, na Inglaterra pautava-se em disputas político-ideológicas, como amadorismo *versus* profissionalismo e comparação de *performances* entre regimes socioeconômicos, o esporte contemporâneo, posterior à Guerra Fria, surge como nova perspectiva, fruto de transformações relativas à comercialização da cultura e lazer. Esse objeto coloca-se como versão atual do esporte, ligado ao mercado e valores morais diferentes do fenômeno moderno, apresentando novas características, como práticas heterogêneas e comercialização exacerbada. Desenvolve também nova esfera de elitização de práticas, pautada em ditames mercadológicos e poder de compra. Por isso, tais fatores devem ser tratados no sentido de promover facilitação de acesso aos praticantes e espectadores e transmissão de valores morais que neguem exacerbações como corrupção, *doping* e especialização precoce de atletas.

**Palavras-chave:** Esportes. Sociologia. *Marketing*.

---

#### INTRODUÇÃO

Este estudo procura apresentar as características e delimitação do esporte contemporâneo enquanto um fenômeno atual, modificado e diferente do esporte moderno (com gênese no século XIX, na Inglaterra, anterior a ele e base fundamental para sua composição). Desenvolve uma análise teórica sobre seus principais fatores: a heterogeneidade quanto às formas de manifestação e a mercantilização de seus símbolos e objetos (MARQUES, 2007). Para tal, discute o processo histórico que criou o esporte moderno e suas normatizações, assim como as transformações socioculturais e as adaptações causadas sobre o fenômeno em questão, além da sua expansão no mercado, que terminam por transformá-lo num fenômeno contemporâneo diferenciado.

O texto inicia com uma reflexão sobre o processo histórico de transformação do fenômeno esportivo, a partir do fim da Segunda Guerra Mundial até a queda do muro de Berlim. Num segundo momento, discute-se a mercantilização do objeto e o processo de diversificação de suas formas de manifestação. Finalmente, tecem-se considerações e reflexões relativas às implicações dessas transformações, suas tensões internas e formas de resistência.

#### A TRANSIÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DO ESPORTE MODERNO EM ESPORTE CONTEMPORÂNEO.

Conceitualmente, tem-se o esporte moderno como o fenômeno originado na Inglaterra no século XIX, pautado na apropriação dos jogos populares por parte da nobreza que os

---

\* Doutorando em Educação Física na Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP. Docente do curso de Educação Física da Fundação Municipal de Ensino Superior de Bragança Paulista – FESB e da Faculdade de Jaguariúna - FAJ.

\*\* Professor Doutor titular da Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP.

\*\*\* Professor Doutor da Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP.

sistematizou e regulou de acordo com seus valores morais, e reapresentado à sociedade como prática racionalizada (BOURDIEU, 1990).

Como características desse fenômeno, pode-se tomar como aproximação um tipo ideal que consta de 7 categorias de análise, desenvolvido por Allen Guttmann (1978): Secularidade, Igualdade de chances, Especialização, Burocracia, Racionalização, Quantificação e Recordes. Marques (2007) acrescenta a ideia de representatividade, visto que o esporte moderno tem nela uma grande vitrine, servindo de suporte para sua divulgação, além da possibilidade para uso político desse fenômeno.

Outra delimitação tem-se no conceito de *Campo esportivo* de Pierre Bourdieu (1983 e 1990), no qual se estabelece como um campo social de disputas de capital específico, nesse caso caracterizado pela luta entre amadorismo e profissionalismo (diferenciação social aristocrática) e a racionalização do uso do corpo em práticas reguladas por normas e regras estabelecidas.

As transformações sofridas pelo esporte moderno, no sentido de conformação do fenômeno contemporâneo, foram graduais e ocorreram tanto por meio de mudanças de paradigmas, seguindo tendências da sociedade, quanto por marcos históricos. Tais processos começaram a ocorrer de forma mais significativa após a Segunda Guerra Mundial, quando o uso político, a popularização, mundialização e espetacularização desse fenômeno tomaram maiores proporções e tiveram seu ápice no final da Guerra Fria (TUBINO, 1992). No do século XX o esporte sofreu uma mudança qualitativa em sua estruturação e divulgação. Isso ocorreu em razão de dois movimentos básicos: 1) transformação das estruturas sociais e econômicas, principalmente após a 2ª Guerra Mundial; 2) progressiva mercantilização da cultura (PRONI, 1998).

Essa transformação não se deu como uma ruptura pontual seguida do surgimento de um fenômeno totalmente novo, como no século XIX (período de surgimento do esporte moderno a partir da transformação e racionalização de jogos populares, gerando o fenômeno esportivo) mas resultou de adaptações do fenômeno moderno a novas configurações sociais, gerando um objeto diferente, o esporte contemporâneo.

Este novo objeto se faz herdeiro do esporte moderno quanto à sua identidade como campo social (campo esportivo), porém original quanto às suas formas de manifestação e a seus símbolos, signos e objetivos (MARQUES, 2007).

Nesse período de transição, o esporte tomou importância em âmbito político devido possibilidade de comparações diretas de *performances* e de enfrentamento entre nações. Além disso, algumas de suas características facilitaram seu uso por parte dos Estados (BRACHT, 1997) como (a) ter regras de fácil compreensão e resultado imediato; (b) ter regras universais; (c) ter a possibilidade de identificação com o coletivo; (d) criar um mundo próprio; (e) ter representação nacional mediante a comparação de rendimentos e sucesso da nação; (f) ser um espelho da respectiva concepção de valores já existente na sociedade.

Entre suas funções políticas destaca-se seu papel diplomático, que o transformou no portador da ideologia de coexistência pacífica entre superpotências, além de cumprir a tarefa de marcar a presença de uma nação no cenário internacional (PRONI, 1998).

No período entre as duas grandes guerras mundiais notou-se a valorização do uso político do esporte em âmbitos nacional e internacional, no qual os governos passaram a explorar melhor a capacidade desse fenômeno de atrair o interesse das populações e se apresentar como uma possibilidade de comparação direta de *performances* numa única linguagem, pautada em normas universais. Como exemplo disso, tem-se a organização das Olimpíadas de Berlim, em 1936. No caso, notava-se a intenção do Estado nazista de demonstrar a superioridade da raça ariana sobre o resto do mundo. Até esse período, quando o esporte começa a tomar proporções de espetáculo (nesse caso voltado à política), os Jogos Olímpicos não faziam muito sucesso, o que viria a mudar pelo incremento de seu uso por governos e consequente aumento da divulgação (TUBINO, 1997).

Após a Segunda Guerra Mundial, com a separação das grandes potências mundiais em dois blocos econômicos, o esporte passou a ser uma forma de manifestar superioridade em relação a outros povos e ferramenta política para

os Estados. Ganhar medalhas, no período da Guerra Fria, tornou-se um símbolo não somente de orgulho nacional, mas também da superioridade de um sistema político sobre o outro. Nesse período o esporte começou a se expandir devido ao aumento de investimentos nas melhorias do alto rendimento e à representatividade exercida por atletas em encontros internacionais, inclusive de países em desenvolvimento.

Com a entrada da União Soviética nos Jogos Olímpicos (1952, em Helsinque, Finlândia) e o aumento do financiamento de modalidades olímpicas por parte dos Estados Unidos, o investimento dos Estados no esporte aumentou de forma substancial (TUBINO, 1992).

O esporte transformou-se numa extensão e campo de comparações diretas próprias da competição política, militar e econômica que caracterizou o relacionamento entre os blocos econômicos. Pode-se notar a ocorrência dos boicotes políticos (alguns países do bloco capitalista se recusaram a participar das Olimpíadas de Moscou, em 1980, como retaliação à invasão soviética ao Afeganistão, e, em seguida, representantes do bloco socialista boicotaram os Jogos de 1984, em Los Angeles).

Ocorre nesse período o fortalecimento da perspectiva espetacular do esporte, pois para que seu uso político fosse eficiente era necessário divulgá-lo, fazer desse fenômeno uma manifestação cultural importante, que gerasse interesse e unificasse formas de comunicação entre todo o mundo. Isso ampliou seus limites geográficos e culturais, tornando-o mais conhecido e valorizado em todo o planeta, mas também abriu possibilidades de novas formas de manifestação, devido às diferentes incorporações desse fenômeno por inúmeras formas de cultura (MARQUES; GUTIERREZ; ALMEIDA, 2008a).

O uso político-ideológico do esporte teve seu ápice durante o período da Guerra Fria e com a queda do muro de Berlim os investimentos mudaram de sentido. Além de finalidade política, como tinha a capacidade de mobilizar grandes multidões, o esporte começou a apresentar potencial mercadológico. Isso ocorreu devido ao aumento de divulgação e influência cultural das competições esportivas, principalmente dos Jogos Olímpicos, que

passaram a atrair um enorme público mundial e a representar um valioso mercado em potencial. Por exemplo, os primeiros Jogos Olímpicos modernos, em Atenas em 1896, contaram com a participação de 311 atletas e público estimado de apenas 280 mil pessoas (TAMBUCCI, 1997), enquanto em um século depois, a Olimpíada de Atlanta, em 1996, teve cerca de 10 mil atletas de 197 países e custou ao comitê organizador cerca de US\$ 1,7 bilhão (PAES, 2001), sendo um evento transmitido em nível mundial, com o número de espectadores na casa dos bilhões. Dados mais recentes mostram um crescimento mais acentuado ainda do investimento nos Jogos Olímpicos. Para a organização da edição de 2008, com participação de 204 países, foram gastos cerca de US\$ 40 bilhões (COMITÊ OLÍMPICO INTERNACIONAL, 2008).

Comparando-se as primeiras olimpíadas modernas com as de mais de 100 anos depois, nota-se uma mudança radical na arquitetura e dimensão das instalações, uma maior complexidade da estrutura organizacional e, principalmente, uma incomparável importância econômica. Os Jogos Olímpicos atuais são organizados por gestores profissionais especializados em planejamento e *marketing*. A maioria dos atletas de alto nível tem o esporte como um trabalho relativamente bem-remunerado, as imagens do espetáculo são produzidas e simultaneamente transmitidas para todos os continentes; os campeões fazem o papel de garotos-propaganda e os espectadores são tratados como consumidores, os custos operacionais do megaevento são bancados por empresas multinacionais. Dezenas de cidades pretendem formalizar sua candidatura para disputar formalmente o direito de sediar os Jogos (PRONI, 2008).

Segundo Pilatti (2000), o processo de espetacularização antecedeu o de comercialização, ou seja, a capacidade do esporte de expansão e de veiculação como forma de cultura de massa, produzida pelo seu uso político, motivou a mudança desse paradigma para o comercial.

Com o fim da Guerra Fria e fortalecimento da globalização, o esporte, antes pautado principalmente pela disputa político-ideológica, rumou no sentido da disputa mercadológica. Essa transformação foi gradual e não pontual.

Foram cerca de 40 anos de mudanças até o fenômeno atual. Após a Segunda Guerra, o amadorismo olímpico começou a ser falseado. Nos países socialistas os atletas “amadores” passaram a receber do Estado o apoio necessário para dedicarem-se intensamente aos treinamentos e às competições. Por sua vez, no bloco capitalista, começaram a ser oferecidas bolsas de estudos e subsídios para maior dedicação à prática de jovens atletas promissores (PRONI, 2008).

Uma das diferenças entre o final do período moderno do esporte, caracterizado pela Guerra Fria, e o período contemporâneo, é a aceitação e exploração universal do profissionalismo a partir dos Jogos de 1988 e 1992, em Seul e Barcelona, respectivamente. O profissionalismo posterior à Segunda Guerra Mundial era mascarado e por isso representa essa transição. Após essas edições olímpicas nota-se a transformação das Olimpíadas num megaespetáculo dirigido pela lógica de mercado e segundo os interesses do mundo dos negócios.

A inclusão de atletas profissionais nos Jogos Olímpicos ocorreu em etapas. Em 1988 foram permitidos a participação de jogadores profissionais de futebol, com limite de idade até 23 anos, e o retorno de jogadores da ATP em tênis de campo. Em 1992, foi liberada a participação de jogadores de basquete da NBA. Em 1996, os jogadores de vôlei de praia da Liga Profissional Americana puderam competir, assim como foi permitida a inclusão de três jogadores de futebol com mais de 23 anos. Em 2000 aceitou-se a inclusão dos profissionais do beisebol (PRONI, 2008).

Alguns Estados e investidores privados iniciaram a transformação desse universo num mundo de mercado, aproveitando-se desse quadro de interesse pelo espetáculo esportivo e a capacidade do esporte dialogar com inúmeras formas de cultura, por ser um fenômeno universal. A partir daí, esse objeto assume o *status* de produto e criador de outros novos mercados e bens associados a ele (MARQUES; GUTIERREZ; ALMEIDA, 2008b).

Torna-se claro que o esporte-espetáculo da era da globalização não tem muito que ver com o esporte de elite dos tempos de Coubertin. A sociedade de consumo propiciou a base para que o espetáculo esportivo se convertesse em veículo

de propaganda de produtos destinados a mercados de massa (PRONI, 1998). Esse movimento expande os limites geográficos, culturais e de significados do esporte. Seu uso se amplia e ele se faz produto não somente em competições internacionais, mas também em níveis regionais. Além disso, a imagem desse fenômeno, tida como positiva e unificadora dos povos, atrai o interesse para a prática de muitas pessoas de diferentes culturas.

O esporte moderno, pautado prioritariamente no alto rendimento, não se fez capaz de abarcar as inúmeras necessidades de prática dos sujeitos envolvidos de todo o mundo, e o que se nota no fenômeno mais atual é o aumento da utilização e criação de formas de atividades esportivas (TUBINO, 1992). Isso se expressa pelos diversos sentidos e significados para a prática que se fazem presentes na sociedade contemporânea. Esse fato levou ao surgimento de inúmeras formas de manifestação do fenômeno. A diversificação de práticas se coloca como uma das características desse universo que lida com a variedade cultural e social de todos os praticantes.

Devido ao período de re-organização políticoeconômica por que passava o mundo no período “Pós-Guerra Fria” e início de globalização, puderam-se notar diferentes formas de gerenciamento e organização esportiva. Organizam-se quatro escolas esportivas nesse período: a *Saxônica*, pautada na Universidade; a *Socialista*, com o Estado como organismo central de todas as ações; Europeia-ocidental, um misto das duas primeiras e a *Asiática*, precursora do paradigma do esporte como negócio, que tinha na indústria sua principal base (TUBINO, 1997). É possível aproximar o modelo esportivo brasileiro com a escola Europeia-ocidental devido às características clubísticas para a prática, pela participação do Estado nos financiamentos e políticas de gerenciamento, e pela inserção de empresas privadas nesse setor (BENELI; RODRIGUES; MONTAGNER, 2006).

Independentemente da forma de organização esportiva, as nações buscaram se associar com perspectivas mercadológicas como rumos para suas ações, por ser esta a essência do *esporte contemporâneo*; porém nota-se que o crescimento da globalização e hegemonia do

mercado capitalista conduzem o esporte a um modelo atual mais unificado de organização, que por um lado ainda preserva algumas características das escolas já citadas (por exemplo, a presença das universidades saxônicas na formação de atletas), mas por outro se volta prioritariamente à comercialização, disseminação e divulgação das práticas esportivas, por meio da heterogeneidade de práticas e do aumento do contato dos indivíduos com o esporte devido às suas diversas formas de manifestação.

#### **ASPECTOS ESPECÍFICOS E FORMADORES DO ESPORTE CONTEMPORÂNEO: MERCADO E FORMAS HETEROGÊNEAS DE MANIFESTAÇÃO.**

Na segunda metade do século XX o lazer (e nisso inclui-se o esporte, podendo ser diferenciado em moderno e contemporâneo) difere do aristocrático do passado, pois da mesma maneira que apresenta motivação a um estilo de vida voltado ao lúdico, é um tempo voltado ao consumo, socialmente disponibilizado para permitir aos trabalhadores o acesso a bens e serviços produzidos em massa. Com a privatização dos espaços e equipamentos de lazer, tanto se modificam os hábitos esportivos da população como são criados novos mercados (PRONI, 1998).

No mundo contemporâneo as formas, práticas, produtos, símbolos e significados se confundem cada vez mais e tendem para uma cultura hegemônica, que, no caso do esporte, segue a lógica ocidental neoliberal, visto que transmite cada vez mais valores ligados à meritocracia e competitividade de mercado.

Sendo um fenômeno ligado a práticas de lazer tanto como forma de atividade amadora, quanto como espetáculo para ser consumido, o esporte também se submeteu a esse processo de comercialização. É nesse aspecto que mora a principal transformação do esporte moderno em contemporâneo: a mercantilização da prática. Embora no fenômeno moderno já fosse possível observar manifestações de profissionalismo e investimentos externos, é após a 2ª Guerra Mundial que esse movimento se intensifica e toma proporções de produto a ser consumido em

diversos campos da sociedade, tendo seu ápice após a Guerra Fria (MARQUES, 2007).

Outra característica importante do esporte contemporâneo é a institucionalização de sentidos diferentes da prática esportiva que transcendem a hegemonia do alto rendimento. Isso se apresenta como alternativa de práticas e de aproximação dos sujeitos ao universo esportivo, ligadas no mundo atual a ideais de promoção da saúde, valores educacionais, inclusão social e diversão, entre outros. Por isso nota-se interesse pelas diferentes faces do esporte contemporâneo tanto por órgãos de mercado (pela aproximação e familiarização desse fenômeno ao grande público por meio de práticas variadas) quanto de políticas públicas.

Tais formas de manifestação do esporte surgiram após o crescimento de sua divulgação e prática em nível mundial. Sua apropriação por culturas diferentes propiciou a criação de diversas formas de ambientes e sentidos de práticas, que vão do alto rendimento até o lazer e a escola formal (MARQUES; GUTIERREEZ; ALMEIDA, 2008a).

Outro fator que motivou a valorização do crescimento de diferentes formas de manifestação desse fenômeno no mundo contemporâneo se apresenta nas exacerbações ligadas ao alto rendimento, principalmente ao *doping*, corrupção, segregação e exclusão de pessoas tidas como não aptas para o sentido extremamente competitivo presente no ambiente. Nesse processo, alternativas que transmitam valores diferentes do esporte profissional começaram a ser vistas com bons olhos, frente, segundo Bento (2000), em face de um eminente processo de crise de credibilidade do fenômeno pelo demasiado aumento da competitividade e seriedade dos eventos.

No mesmo sentido, é possível citar revisões conceituais sobre o esporte a partir da década de 1960, principalmente nos meios acadêmicos, como manifestações de intelectuais contra exacerbações no esporte, documentos filosóficos internacionais, surgimento do movimento "Esporte para todos" (em 1967 na Noruega) (TUBINO, 1992), assim como a Carta Internacional de Educação Física e Desportos, da Unesco, que institui a prática do esporte e acesso à educação física como direito de todos os indivíduos.

Essa revisão conceitual surge com o intuito de destacar a característica heterogênea do fenômeno, pouco evidenciada no esporte moderno, e criar uma importância maior para o esporte do ponto de vista social, como uma prática que seja acessível a todos os indivíduos, questionando os valores transmitidos pelo alto rendimento.

De fato, esses movimentos provenieram tanto das críticas à hegemonia corrente do esporte de alto rendimento e do crescimento de sua espetacularização, quanto do aumento da comercialização das práticas. Tem-se como exemplo a diminuição do número dos campos de várzea, principalmente nas grandes cidades, e o crescimento das escolinhas e dos espaços específicos para a prática do futebol, que são comercializados mediante do aluguel de campos e quadras.

Observa-se também, nessa mesma lógica, a substituição do movimento associacionista, baseado na organização voluntária em torno do interesse comum pela prática esportiva, principal referência ética e moral do esporte moderno (TUBINO, 1992), pelo de consumo. Ou seja, a ação coletiva de criação de ambientes esportivos se desvaloriza diante do mercado de ofertas de possibilidades por meio da compra de espaços/oportunidades/condições para a atividade esportiva.

Com a substituição do uso político-ideológico do fenômeno esportivo por um novo paradigma, o do esporte como negócio, surge um novo conflito social: o confronto direto entre a lógica do mercantilismo e os valores do esporte. Os valores esportivos, desenvolvidos desde a Antiguidade e consolidados no associacionismo e no *fair play*, vão sendo gradualmente ameaçados pelos aspectos pragmáticos do lucro (TUBINO, 1992).

Nesse processo, o esporte contemporâneo se caracteriza como um fenômeno heterogêneo ligado ao mercado, cujas práticas, voltadas ao lazer, à educação formal e ao alto rendimento, acabam ou se associando com o giro de capital ou sofrendo influência cultural de um modelo hegemônico. Nesse universo os meios de comunicação exercem um papel de destaque, o de divulgar e expandir os conceitos, costumes, símbolos, valores e produtos do esporte (MARQUES, 2007).

Pode-se notar duas ações vinculadas a essa tendência de expansão do esporte contemporâneo (GEBARA, 2002, p. 13): *massificação do esporte*: fazer o esporte ser consumido pelo maior número de pessoas possível; e *democratização do esporte*: possibilitar às minorias a efetiva participação no esporte.

Com a massificação, o esporte, que tem origem nos jogos produzidos pelo povo e no lazer voluntário, retorna ao povo como espetáculo para consumo (BOURDIEU, 1983). O sentido da massificação é direcionado ao crescimento de espectadores e consumidores num mercado de bens, serviços e entretenimento (MARCHI JR, 2006). A democratização surge a partir da preocupação em disponibilizar a prática esportiva para o maior número de pessoas possível, seja por meio de políticas públicas ou de ações privadas.

Como consequência do aumento da mercantilização e da queda da credibilidade dos valores morais do alto rendimento instala-se no esporte contemporâneo, uma contradição: enquanto órgãos oficiais produzem políticas, projetos e manifestos a favor da democratização do esporte, o setor privado, com apoio dos meios de comunicação, rumo num sentido hegemônico de encarecer a prática e os produtos a ela associados a partir da criação de hábitos e necessidades vinculados ao universo esportivo. Ao mesmo tempo em que tenta direcionar para uma democratização de práticas heterogêneas, o esporte se nutre da massificação de seus produtos.

Nesse processo, observa-se a substituição de estruturas pseudoprofissionais (termo citado por Proni, 2000) por profissionais, ocasionando o desmonte de instituições que não se adaptam à perspectiva de mercado, ou restringindo-as à prática esportiva de base ou de lazer, distanciando do ambiente de alto rendimento. Nessa perspectiva, quanto maior é a oferta e aceitação de produtos, melhor o retorno e possibilidades de crescimento. Por outro lado, a desvalorização do produto dificulta cada vez mais a ascensão esportiva e atração de novos praticantes e/ou consumidores (BENELI; RODRIGUES; MONTAGNER, 2006).

A mercantilização do esporte contemporâneo se apresenta sob diversos

aspectos: como comércio de possibilidades de prática de lazer, mercado de artigos esportivos ou associados a este fenômeno, meios de informação, ou através do esporte-espetáculo, sendo este último a forma de expressão que exerce mais influência sobre o processo, difundindo uma cultura esportiva de consumo (MARQUES; GUTIERREZ; ALMEIDA, 2008b). O consumidor de artigos esportivos não consome somente roupas, mas signos, valores e comportamentos embutidos no produto. Nesse sentido, a massificação do esporte tem sido bastante funcional para a expansão dos mercados esportivos e das oportunidades ocupacionais relacionadas ao esporte (PRONI, 1998). O processo de massificação está intimamente ligado à espetacularização deste fenômeno. A divulgação de suas práticas, valores e significados amplia o campo de ação do mercado e do esporte como produto.

O processo de profissionalização do esporte também o tornou popular com base na massificação de suas práticas e significados. O amadorismo anterior restringia os grupos a reuniões de sujeitos homogêneos socialmente (MARCHI JUNIOR, 2006), mas ao profissionalizar-se, o esporte mudou seus interesses amadores de diferenciação social num sentido de ser um fenômeno que transcende barreiras sociais com o aumento do próprio consumo.

Tem-se como exemplo a estrutura organizacional e de mercado da NBA, Liga de basquetebol profissional dos Estados Unidos que, no sistema de gerenciamento de franquias, cria novos produtos, maximiza a venda dos que já são oferecidos e lança uma rede de negócios que explora não somente o jogo, mas também os sujeitos envolvidos nele. Dessa forma, busca transformar os atletas não somente em heróis, mas em artistas e celebridades, na expectativa de explorar suas imagens em diversos mercados. Segundo Rifkin (1999), que aponta dados referentes à tendência mercantilista do esporte durante a década de 1990, estima-se que Michael Jordan, considerado um dos maiores, senão o maior jogador de basquetebol da história, tenha movimentado sozinho US\$ 10 milhões na economia americana até 1999.

Outro trunfo da NBA que também serve como exemplo da mercantilização do esporte é

sua inspiração em marcas de sucesso mundial como Disney e McDonalds, e sua tentativa de estender sua marca para produtos licenciados, ampliando suas vendas para além do simples jogo de basquetebol. Como dados comprobatórios dessa iniciativa, têm-se o crescimento dos valores de contratos de licenciamentos e patrocínios da NBA de US\$ 107 milhões em 1986, a 1996 US\$ 3 bilhões em 1996 (RIFKIN, 1999).

Outro ponto de diferenciação entre o esporte moderno e o contemporâneo é o fim do amadorismo como forma de diferenciação social, visto que a democratização, massificação, espetacularização e as inúmeras formas de manifestação do fenômeno proporcionam acessos a ambientes profissionais e não-profissionais sem representar uma disputa de classes, embora o contato com certas modalidades não se expresse de forma homogênea para sujeitos de estruturas sociais distintas. Na verdade, a diferenciação social que ocorre no esporte como fenômeno contemporâneo se dá através das diferentes condições de vida, ou seja, pelas possibilidades de acesso a bens de consumo que proporcionem oportunidades de prática e consumo do esporte como produto.

### **ESPECIFICIDADES DO ESPORTE- ESPETÁCULO CONTEMPORÂNEO**

A espetacularização do esporte já ocorria em sua era moderna pelo seu uso político-ideológico com bastante intensidade e abrangência, porém o que se pode notar no fenômeno contemporâneo é a transição de sentido e objetivos. Durante o período do esporte moderno tem-se o esporte-espetáculo desenvolvido principalmente para fins de propaganda política, enquanto no fenômeno contemporâneo objetiva-se principalmente a mercantilização e ganho de capital.

O esporte-espetáculo contemporâneo se faz presente nesse quadro como resultado da descoberta de que o esporte pode ser um produto rentável a partir de sua relação com os meios de comunicação (TUBINO, 1997). Engloba desde o alto rendimento espetacularizado, até a criação e comercialização de produtos voltados a praticantes no lazer, e pode ser caracterizado

como forma particular de práticas altamente competitivas ligadas ao consumo esportivo. Não substitui as formas mais simples de competição esportiva, e sim, se sobrepõe a elas: não concorre mas potencializa as demais formas de consumo esportivo (PRONI, 1998).

Tal estrutura motivou relações mercantis no campo esportivo, seja porque conduziu ao assalariamento de atletas, seja em razão dos eventos esportivos de entretenimento de massa passarem a ser financiados através da comercialização do espetáculo (PRONI, 1998).

O objetivo do processo de espetacularização do esporte contemporâneo é a rentabilidade e a busca por profissionalização em diferentes instâncias de intervenção. Seus procedimentos e objetivos são distintos do processo de popularização da prática. Com a espetacularização um produto, as ações são direcionadas para um potencial público consumidor, ao passo que com sua popularização invariavelmente, o sentido seria a democratização da prática (MARCHI JUNIOR, 2006).

É preciso ter claro que o esporte-espetáculo não se limita às competições de alto rendimento, profissionalizadas, mas também exerce influência em manifestações esportivas amadoras, mediante o consumo de espaços, materiais e práticas tidas como produtos indispensáveis. Além disso, tem-se a importância que as notícias e acontecimentos esportivos tomam no dia-a-dia de inúmeros indivíduos, e o consumo cotidiano de bens que se promovem por meio do esporte. No esporte tornou-se possível comprar sensações não vivenciadas no cotidiano, principalmente em meios urbanos.

A estruturação das manifestações contemporâneas do esporte está pautada em princípios que regem a concepção de mercados de bens, serviços e entretenimento. Dessa forma, conviver com o esporte implica, muitas vezes, em testemunhar ações mercadológicas, o que cria inúmeros personagens ligados a esse universo (MARQUES, 2007, p. 97-98):

*Atleta-astro:* o esportista profissional que, além de atuar como atleta também tem sua imagem vinculada a outras formas de ganho de capital e, por que

não, outras carreiras como modelo fotográfico e diplomacia internacional;

*Atleta-produto:* o esportista profissional que é negociado entre clubes ou organizações financeiras como uma peça que gera lucros;

*Esportista-consumidor:* o sujeito que paga tanto para ter acesso à prática esportiva quanto para acompanhar exposições profissionais e produtos vinculados ao esporte-espetáculo;

*Esportista-praticante:* o não-profissional que pratica esporte efetivamente como forma de atividade física sistematizada, sem compromisso formal e econômico de alta performance;

*Esportista-sedentário:* o sujeito que se sente atraído pelo esporte, o consome de inúmeras formas, vive seus momentos de lazer em função de manifestações esportivas e de seus produtos, mas não pratica nenhuma modalidade esportiva.

Nota-se que na perspectiva mercadológica atual, para se julgar apreciador do esporte e vivenciá-lo não é mais preciso praticá-lo, basta ou estar atento aos produtos vinculados a esse universo ou vivenciar ações miméticas como apostas, jogos eletrônicos ou assinar um pacote de eventos exclusivos pela televisão a cabo. O fato de assistir ao esporte espetáculo em demasia se caracteriza, segundo Bourdieu (1990), como a formação de hábitos esportivos “passivos”.

Nessa dinâmica de mercado nota-se o surgimento de produtos para diversos públicos, como novas modalidades moldadas para o espetáculo, sem origem popular, e também bens esportivos, que são consumidos para inúmeros fins além da prática de atividade física.

O esporte pautado no espetáculo tem como referência principal a transmissão televisiva, e as diferentes modalidades, para sobreviver, têm de se adequar às suas normas e exigências e promover certa dose de “espetacularização”. Rifkin (1999) cita que existe uma equipe de executivos da NBA que se reúne semanalmente com emissoras de TV para planejar informações e direcionamentos da transmissão televisiva que envolva a instituição, visto que 95% dos

espectadores dessa modalidade acompanham aos jogos pela televisão.

Nesse processo definham as modalidades clássicas que não viabilizam tantos lucros, em benefício das mais rentáveis que, por motivos diversos, proporcionam espetáculos melhores para a televisão (TUBINO, 1992). Como na economia capitalista os mais fortes tendem a absorver os mais fracos, é provável que também os clubes ou federações que não sejam competentes para concorrer no mercado globalizado do esporte-espetáculo fiquem marginalizados ou desapareçam.

Como exemplo tem-se a crescente dependência dos clubes de futebol em relação aos contratos de televisão. Para a temporada 1999/2000, os clubes italianos (incluindo as séries A e B) receberam US\$ 490 milhões pelos direitos de transmissão dos jogos. A preocupação é que, com um maior número de partidas sendo transmitidas ao vivo e o fato de as equipes maiores aparecem mais na televisão, o público dos estádios pode se reduzir, afetando particularmente as equipes menores (PRONI, 2000).

Além disso, ocorre a adaptação dos eventos para a lógica televisiva. Foi o que aconteceu, por exemplo, nos jogos da Copa do Mundo de futebol de 1994, nos Estados Unidos, em que os horários foram estipulados com vista a um melhor acesso e audiência do público europeu, desprestigiando o local (TAMBUCCI, 1997).

#### **TENSÕES INTERNAS INERENTES À MANIFESTAÇÃO CONTEMPORÂNEA DO ESPORTE.**

A espetacularização e mercantilização do esporte contemporâneo não ocorrem de forma absoluta, ou isenta de contradições e movimentos de resistência decorrentes, inclusive, da sua própria heterogeneidade. No universo esportivo atual nota-se uma mudança dos valores morais, principalmente os ligados ao uso do corpo. No esporte moderno, este era visto como uma máquina, um objeto voltado ao alcance do progresso infinito, enquanto no esporte contemporâneo, uma transformação do paradigma pedagógico em relação ao esporte. No início do século XX, o ideal da prática esportiva para crianças na escola e em clubes

tinha ligação com a formação precoce de atletas e a busca por talentos, visando formar representantes da pátria ou homens fisicamente ativos, prontos para o trabalho. Questões presentes em inúmeras reflexões da sociologia e pedagogia do esporte nos dias de hoje, como a refutação à especialização precoce e a busca por promoção do bem-estar do aluno perante a prática, não eram temas frequentemente abordados. Hoje em dia há uma maior preocupação com a educação para o esporte voltada a possibilitar a sua prática de forma interessante e prazerosa para a criança, buscando incorporá-la em seu estilo de vida, independentemente de ela se tornar atleta ou não (MARQUES, 2007).

Na contramão do consumismo nota-se também uma vontade de indivíduos, ligados à pedagogia e gerenciamento do esporte de transmitir valores relacionados com a compreensão e criticidade a respeito da espetacularização pela qual passa esse fenômeno, seus pontos positivos e negativos, visando formar cidadãos que sejam críticos e autônomos em relação às manifestações esportivas contemporâneas e seus apelos ao consumo e saibam utilizar o universo esportivo de forma positiva para sua vida.

É possível perceber que pensadores do esporte preocupam-se, nos tempos atuais, em buscar alternativas para que a prática, principalmente na escola e no lazer, seja positiva em relação a valores transmitidos e a forma de atividade física presentes no estilo de vida dos indivíduos. Podem-se citar como exemplos desse tipo de iniciativa, as obras “Pedagogia do futebol” de Freire (1998), “Educação Física escolar: o esporte como conteúdo pedagógico do ensino fundamental” de Paes (2001): “Pedagogia do esporte: contextos e perspectivas” de Paes e Balbino (2005), “Esporte e atividade física na infância e adolescência – Uma abordagem multidisciplinar” de Rose Junior (2002): “Futsal: Metodologia da participação” de Santana (2001), entre outros.

Nota-se no fenômeno contemporâneo um cenário dicotômico entre o uso comercial do esporte, inclusive de produtos que não necessariamente se ligam à prática de atividade física, e de movimentos ligados ao uso do

esporte como fenômeno de melhoria social, tanto voltado tanto à inclusão como educação ou promoção de saúde (MARQUES, 2007).

Por tudo isso é possível assumir que a ética educacional do esporte contemporâneo se apoia na diversidade de manifestações, a preocupação sobre os valores transmitidos e a criticidade e autonomia em relação ao seu consumo, substituindo a ética do associacionismo (TUBINO, 1992), fruto de uma lógica aristocrática do século XIX, que propunha a segregação de classes e costumes no tocante ao acesso à prática esportiva.

Pelo exposto é possível, portanto, separar o esporte contemporâneo em atividades orientadas para o mercado e atividades sem finalidades econômicas, porém, com íntima relação entre elas (PRONI, 1998). Essa ligação se dá pelo fato de a segunda forma servir de fator enriquecedor da primeira, visto que auxilia na divulgação desta e na maior incorporação de um *habitus* esportivo (termo aplicado na perspectiva da obra de Bourdieu (1983 e 1990)), além de ser influenciada por uma cultura hegemônica e comercial.

Se por um lado a expansão, a divulgação e a heterogeneização ampliam as fronteiras do esporte, tornando-o mais acessível, por outro esse crescimento também amplia a esfera de possíveis consumidores. Essa diversidade de manifestações pode tanto oferecer oportunidades de melhorias sociais, como também auxilia na divulgação e comercialização do espetáculo e de produtos ligados a ele. Nota-se como outra característica do esporte contemporâneo, o surgimento de novas práticas, muitas vezes originárias de atividades do dia-a-dia que acabam sendo esportivizadas, mas que respeitam as características heterogêneas e comerciais do esporte. Tem-se, por exemplo, o crescimento do esporte adaptado e o surgimento de modalidades ligadas à natureza, assim como a transformação de modalidades, como o futebol de areia (Beach Soccer, gerenciado pela FIFA).

Destarte o esporte contemporâneo, portanto, não pode ser visto a partir da absolutização de uma de suas características, tampouco dissociado das características mais importantes da sociedade em que está inserido. Ele ilustra tendências e contradições presentes no ambiente

em geral, a partir da sua própria especificidade e história.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No mundo contemporâneo há uma facilitação do acesso ao esporte, se comparado com sua manifestação moderna, principalmente por causa de sua mercantilização e divulgação e de seu uso para ações sociais. O esporte contemporâneo se configura como um fenômeno diferente do esporte moderno devido a sua capacidade mercadológica potencializada, a maior heterogeneidade de práticas apresentadas por meio de suas inúmeras formas de manifestação, o convívio entre o culto e o questionamento a valores como a supervalorização do alto rendimento, ou ainda pela interação complexa de todos esses fatores.

Tais características assumem um papel de transformação dos estilos de vida das pessoas ligadas ao fenômeno, seja como profissionais, não-profissionais ou simplesmente consumidores, sedentários ou não, do esporte. As inúmeras formas de manifestação do esporte oferecem um amplo leque de oportunidades de prática e convivência com atividades e valores transmitidos, podendo modificar a forma como as pessoas vivem.

Por tais razões, o esporte é um objeto em constante transformação, que sofre influências diretas da sociedade que o cerca e, por isso, deve ser analisado e gerenciado de forma cuidadosa e apoiada em diferentes vertentes das Ciências do Esporte, com a consciência de que ele se diferencia do fenômeno moderno e deve ser tratado de acordo com suas particularidades.

Como exemplo, tem-se a necessidade de preocupações de cunho pedagógico, ligadas à especialização precoce, a evasão de praticantes, ao crescimento do consumo passivo e à necessidade de busca por um ensino formal ligado a uma maior autonomia e criticidade em relação aos valores transmitidos pelo mercado esportivo.

Quanto aos fatores sócio-econômicos, este novo campo esportivo apresenta questões ligadas à distribuição de acesso a locais de prática e à elitização desses locais e ao encarecimento do consumo do esporte-espetáculo, além da nova perspectiva de esporte-

produto, que acaba agregando valores de mercado a um fenômeno originalmente de propriedade cultural.

Convém ter presente que o acesso e divulgação do esporte tiveram diferentes ciclos na história. Num primeiro momento (gênese do esporte moderno) este se apresentou estritamente elitista e aristocrático, num segundo momento (esporte moderno em transformação posterior à Segunda Guerra Mundial) apresentou-se extremamente massificado como propaganda política, e num terceiro (esporte contemporâneo), mais atual, novamente com um processo de elitização, porém, de acordo com normas de mercado e diferenciação de poder econômico entre os sujeitos, fato social este que merece maior atenção.

A comercialização e criação de práticas heterogêneas do esporte não se apresentam como eventos necessariamente negativos à sociedade contemporânea. A transformação deste fenômeno, que acompanhou um enorme conjunto de mudanças a partir do final da Guerra Fria, deve ser analisada e tratada de modo a difundir aspectos positivos da prática e cultura esportiva, além de criar novas frentes de

trabalho e novos mercados. O aspecto mercadológico, por exemplo, cresce a cada dia e se faz cada vez mais presente na sociedade contemporânea, de forma positiva e negativa, por isso não pode ser condenado como um vírus que contamina os princípios morais do esporte como um todo. O problema a ser tratado no fenômeno contemporâneo é a invasão de valores e sujeição do homem aos ditames do mercado (MARQUES, 2000), como a corrupção, o *doping* e a exploração do trabalho.

Isso, porém, não ocorrerá automaticamente, pois, como cita Paes (2001), em diálogo com o autor francês Parlebas, o esporte não é em si, nem socializante nem anti-socializante. O esporte é aquilo que se faz dele, ou seja, esse fenômeno será o que se produz e transmite nas relações sociais que o permeiam.

Para que o esporte contemporâneo tenha um papel positivo na sociedade atual é preciso atenção e seu direcionamento no sentido de distribuição de acesso a seus objetos e símbolos, e a restrição a medidas exacerbadas de mercado, manipulação e até corrupção que podem envolver um campo excessivamente ligado ao ganho de capital.

---

## NEW SOCIOECONOMICS SPORT CONTEMPORARY CONFIGURATIONS

### ABSTRACT

Sport was introduced as an important socio-cultural phenomenon in the 20th century, suffering at the end of this, transformation of values and scope. While its modern form by the referential used in this paper, had its genesis in the 19th century in England is based on political and ideological disputes, as amateurism versus professionalism and comparison of performances between socio-economic systems, the contemporary sports, later than Cold War, comes as a new perspective, the result of changes on the marketing of culture and leisure. This object is placed as the current version of the sport, based on the market and moral values different from modern phenomenon, showing new features such as heterogeneous practices and marketing exacerbated. Presents too, a new space of elitization practices, based on marketing dictates and purchasing power. Therefore, such factors must be addressed in direction to promote facilitation of access to athletes and spectators, and transmission of moral values that deny exacerbations as corruption, doping and early specialization of athletes.

**Keywords:** Sports. Sociology. Marketing.

---

### REFERÊNCIAS

BENELI, Leandro de Melo; RODRIGUES, Eduardo Fantato; MONTAGNER, Paulo César. O modelo de Brohm e a organização do basquetebol masculino brasileiro. **Revista Conexões**, Campinas, SP, v. 4, n.1, p. 52-69, 2006. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/feff/publicacoes/conexoes>>. Acesso em: 7 jan. 2007.

BENTO, Jorge Olímpio. Do futuro do desporto e do desporto do futuro. In: GARGANTA, Julio (Ed.). **Horizontes e órbitas nos treinos dos jogos desportivos**. Porto: Universidade do Porto, 2000. p.189-206.

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

BOURDIEU, Pierre. Programa para uma sociologia do esporte. In: BORDIEU, Pierre. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990. p. 207-220.

BRACHT, Valter. **Sociologia crítica do esporte: uma introdução**. Vitória: UFES, 1997.

COMITÊ OLÍMPICO INTERNACIONAL. **Official website of the olympic movement**. 2008. Disponível em: <[http://www.olympic.org/uk/games/past/index\\_uk.asp?OLGT=1&OLGY=2008](http://www.olympic.org/uk/games/past/index_uk.asp?OLGT=1&OLGY=2008)>. Acesso em: 15 dez 2008.

FREIRE, João Batista. **Pedagogia do futebol**. Londrina: Midiograf, 1998.

- GEBARA, Ademir. História do esporte: novas abordagens. In: PRONI, Marcelo Weischaup; LUCENA, Ricardo Ferreira. (Org.). **Esporte: história e sociedade**. Campinas: Autores Associados, 2002. p. 5-29.
- GUTTMANN, Allen. **From ritual to record: the nature of modern sports**. New York: Columbia University Press, 1978.
- MARCHI JUNIOR, Wandreley. Como é possível ser esportivo e sociológico? In: GEBARA, Ademir; PILATTI, Luis Alberto (Org.). **Ensaio sobre história sociologia nos esportes**. Jundiaí: Fontoura, 2006. p. 159-195. Coleção Norbert Elias, v. 2,
- MARQUES, Antonio. Desporto do futuro. O futuro do desporto. In: GARGANTA, Julio (Ed.). **Horizontes e órbitas nos treinos dos jogos desportivos**. Porto: Universidade do Porto, 2000. p. 7-20.
- MARQUES, Renato Francisco Rodrigues. **Esporte e qualidade de vida: reflexão sociológica**. 2007. Dissertação (Mestrado)-Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2007.
- MARQUES, Renato Francisco Rodrigues; GUTIERREZ, Gustavo Luis; ALMEIDA, Marco Antonio Bettine de. O esporte contemporâneo e o modelo de concepção das formas de manifestação do esporte. **Revista Conexões**, Campinas, v. 6, n. 2, 2008a. Disponível em: <<http://polaris.bc.unicamp.br/seer/feff/viewarticle.php?id=347&layout=abstract>> Acesso em: 6 out. 2008.
- MARQUES, Renato Francisco Rodrigues; GUTIERREZ, Gustavo Luis; ALMEIDA, Marco Antonio Bettine de. A transição do esporte moderno para o esporte contemporâneo: tendência de mercantilização a partir do final da Guerra Fria. In: ENCONTRO DA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE ESTÚDIOS SOCIALES DEL DEPORTE, 1., 2008b, Curitiba. **Anais do encontro da Asociación Latinoamericana de Estudios Sociales del Deporte** Curitiba: UFPR, 2008b. 1CD-ROM.
- PAES, Roberto Rodrigues. **Educação Física escolar: o esporte como conteúdo pedagógico do ensino fundamental**. Canoas: Ulbra, 2001.
- PAES, Roberto Rodrigues; BALBINO, Hermes Ferreira. **Pedagogia do esporte: contextos e perspectivas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2005.
- PILATTI, Luis Alberto. **Os donos das pistas: uma efígie sociológica do esporte federativo brasileiro**. 2000. Tese (Doutorado)-Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2000.
- PRONI, Marcelo Weischaup. **Esporte-espetáculo e futebol-empresa**. 1998. Tese (Doutorado)-Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 1998.
- PRONI, Marcelo Weischaup. **A metamorfose do futebol**. Campinas, SP: Unicamp, 2000.
- PRONI, Marcelo Weischaup. A reinvenção dos Jogos Olímpicos: um projeto de marketing. **Revista Esporte e Sociedade**, Rio de Janeiro, ano 3, n. 9, jul./out. 2008. Disponível em: <<http://www.uff.br/esportesociedade/pdf/es904.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2008.
- RIFKIN, Glenn. A melhor jogada da NBA. **HSM Management**, São Paulo, ano 3, n.13, mar./abr. 1999. Disponível em: <<http://www.hsm.com.br/hsmmanagement/pdf/index.php?arq=A03N13N014.pdf>>. Acesso em: 4 dez. 2008.
- ROSE JR, Dante (org). **Esporte e atividade física na infância e na adolescência: uma abordagem multidisciplinar**. Porto Alegre: Artmed, 2002.
- SANTANA, Wilton Carlos. **Futsal: metodologia da participação**. 2 ed. Londrina: Lido, 2001.
- TAMBUCCI, Pascoal Luiz. O esporte e a comunicação. In: TAMBUCCI, Pascoal Luiz; OLIVEIRA, José Guilmar Mariz de; COELHO SOBRINHO, José (Org.). **Esporte e jornalismo**. São Paulo: CEPEUSP, 1997. p. 11-18.
- TUBINO, Manoel José Gomes. **Dimensões sociais do esporte**. São Paulo: Cortez; Autores Associados, 1992.
- TUBINO, Manoel José Gomes. Esporte, política e jogos olímpicos. In: TAMBUCCI, Pascoal. Luiz; OLIVEIRA, José Guilmar Mariz de; SOBRINHO, José Coelho. **Esporte e jornalismo**. São Paulo: CEPEUSP, 1997. p. 19-23.

Recebido em 02/03/09  
 Revisado em 28/08/09  
 Aceito em 14/10/09

---

**Endereço para correspondência:** Gustavo Luis Gutierrez. Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP - Faculdade de Educação Física. Av. Érico Veríssimo, 701 – CP.6134 - Cidade Universitária, CEP 13081-970 Campinas-SP, Brasil. E-mail: gutierrez@fef.unicamp.br