

**INFORMAMOS QUE ESTA É UMA PRIMEIRA VERSÃO DO TEXTO APROVADO PARA PUBLICAÇÃO. ESTE ARTIGO AINDA PASSARÁ PELA FASE DE REVISÃO E DIAGRAMAÇÃO.**

**ID: 3029**

**DOI:** <https://doi.org/10.30962/ecomps.3029>

**Recebido em: 10/03/2024**

**Aceito em: 18/09/2024**

## **O futebol em revistas brasileiras de Comunicação de 1980 a 2023**

**Felipe Tavares Paes Lopes**

Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo, Brasil

### **Resumo**

Neste artigo, analiso como o futebol foi tratado em artigos publicados em revistas brasileiras de Comunicação de 1980 a 2023. No total, pesquisei 18 periódicos e 112 artigos, buscando conhecer os contextos de produção desses artigos, as características de seus autores e seus temas, abordagens e fontes de informação. Entre outras coisas, os resultados indicam que a produção selecionada se concentra no Sudeste, foi produzida em meados da década de 2010, é assinada, em sua maioria, por homens e adota a análise de discurso como método. Também mostram que temas como “identidade nacional” e “cobertura jornalística de megaeventos esportivos” têm recebido mais atenção da área.

**Palavras-chave:** Futebol. Comunicação. Balanço bibliográfico.

### **Football in Brazilian Communication journals from 1980 to 2023**

#### **Abstract**

In this article, I analyse how football was treated in articles published in Brazilian Communication journals from 1980 to 2023. In total, I researched 18 journals and 112 articles, seeking to understand the contexts in which these articles were produced, the characteristics of their authors and their themes, approaches and sources of information. Among other things, the results indicate that the selected production is concentrated in the Southeast, was produced in the mid-2010s, is mostly signed by men and adopts discourse analysis as its method. They also show that themes such as “national identity” and “journalistic coverage of sporting mega-events” have received more attention in the field.

**Keywords:** Football. Communication. Literature review.

## El fútbol en revistas brasileñas de Comunicación de 1980 a 2023

### Resumen

En este artículo, analizo el tratamiento del fútbol en artículos publicados en revistas de Comunicación brasileñas entre 1980 y 2023. En total, investigué 18 revistas y 112 artículos, buscando entender los contextos en que estos artículos fueron producidos, las características de sus autores y sus temas, enfoques y fuentes de información. Entre otras cosas, los resultados indican que la producción seleccionada se concentra en el Sudeste, se produjo a mediados de la década de 2010, está firmada mayoritariamente por hombres y adopta como método el análisis del discurso. También muestran que temas como la “identidad nacional” y la “cobertura periodística de megaeventos deportivos” han recibido más atención en este campo.

**Palabras clave:** Fútbol. Comunicación. Revisión bibliográfica.

### Introdução

O esporte e os meios de comunicação são produtos da modernidade, desenvolvendo-se no século XIX e início do século XX. Nesse período, ao mesmo tempo em que são registrados avanços tecnológicos extraordinários no campo da comunicação audiovisual (cinema, fotografia, telefone etc.), desenvolve-se o processo de esportivização das antigas formas de passatempo – principalmente, no Reino Unido. Devido ao poderio naval e comercial britânico, a novidade logo foi exportada para suas colônias e para as mais diversas partes do mundo. Um esporte, em específico, conquistou o coração dos(as) brasileiros(as<sup>1</sup>): o futebol. Essa conquista, todavia, não se deu de forma espontânea, mas pode ser atribuída, ao menos em parte, à formação da imprensa esportiva, destinada a alcançar grandes audiências (Gastaldo, 2011).

Hoje em dia, a mídia possui uma enorme influência sobre a própria organização do espetáculo futebolístico. Essa influência, no entanto, não deve ser interpretada como um processo totalizante, determinista e uniforme. Ao contrário, segundo Vimieiro (2023, p. 2), a midiaticização do esporte deve ser vista como um fenômeno amplo, contraditório e conectado a outros – como a globalização e a comercialização do esporte –, precisando ser pensada a partir “[...] das especificidades das modalidades, do contexto cultural e das relações históricas entre

---

<sup>1</sup> A partir daqui, a fim de aliviar o corpo do texto, abandonarei a fórmula o(a) e passarei a adotar o genérico masculino.

sistemas de mídia e esportivo”. Embora, no Brasil, ainda sejam poucos os estudos que analisem a relação mídia/futebol a partir especificamente do conceito de midiaticização, essa relação tem sido objeto da Comunicação há algumas décadas.

Até os anos oitenta, no entanto, havia certo descaso das Ciências Humanas e Sociais com o futebol – o que não significa que não houvesse produções sobre o tema, apenas que elas eram esparsas e assistemáticas. De qualquer modo, predominava, naquele momento, uma perspectiva “apocalíptica”, que, tomando como base, principalmente, o referencial marxista-althusseriano, interpretava o futebol a partir de duas noções-chave: alienação e controle dos trabalhadores (Helal, 2011). Ainda na década de 1980, essa perspectiva, no entanto, começou a ser rechaçada por uma leitura de viés antropológico, que privilegiou a perspectiva dos amantes do futebol, que passou a ser visto não mais como um espaço de alienação, mas como um local de formação de identidades, participação, pertencimento, emoção, criação e imaginação (Lovisoló, 2011).

Desde então, o futebol tem sido analisado, de forma mais frequente, por pesquisadores das Ciências Humanas e Sociais, conforme indicam diversos balanços bibliográficos (Toledo, 2001; Giglio; Spaggiari, 2010; Helal, 2011; Toledo, 2020; Costa; Helal, 2022). No entanto, de acordo com Gastaldo (2011), o futebol e os esportes em geral parecem ainda não ter recebido a devida atenção da área da Comunicação. Embora sua afirmação tenha sido feita antes da realização de vários megaeventos esportivos no Brasil, ela segue válida ainda hoje. Tanto que os encontros da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) jamais abrigaram um grupo de trabalho sobre o tema. De qualquer modo, isso não significa que uma série de esforços não esteja sendo feita para suprimir (possíveis) lacunas. Por exemplo, desde 2009, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) abriga o GT “Comunicação e Esporte” e já existem alguns grupos consolidados e com sólida produção sobre o assunto, como é o caso, por exemplo, do Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte (LEME), da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ).

Sendo assim, com a intenção de conhecer melhor esses esforços e, mais precisamente, o desenvolvimento e o atual estado do debate sobre futebol na área de Comunicação, neste artigo, faço um balanço bibliográfico do tema. Para desenvolvê-lo, optei por me debruçar sobre um tipo específico de produção: artigos científicos. Estabelecido esse recorte, busquei, neste

trabalho, responder a seguinte questão: de que maneira o futebol foi tratado em artigos publicados em revistas acadêmicas brasileiras de Comunicação de 1980 a 2023? Para alcançar esse objetivo, organizei o artigo da seguinte forma: primeiramente, descrevi e justifiquei os procedimentos de construção e análise do *corpus*. Em seguida, apresentei um panorama geral do contexto histórico e institucional de produção do material selecionado. Depois, focalizei seus autores e vínculos institucionais. E, por fim, analisei seus temas, abordagens e fontes de informação mais recorrentes.

### **Materiais e método**

A opção por realizar um balanço bibliográfico deve-se pois, segundo Fortes (2014), esse tipo de balanço pode conferir maior sistematicidade e consistência a um campo do conhecimento – como, no caso, a área de Esporte e Comunicação. Seguindo essa linha de raciocínio, Toledo (2021, p. 3) observa que

balanços servem de guias bibliográficos e cumprem evidenciar formas de abordagens que levam a prospectar lacunas empíricas e teóricas, identificar inserções institucionais, elencar relevâncias e hierarquias de centros de pesquisa, avaliar limites e contribuições teórico-metodológicos e acomodar ou desacomodar os pesquisadores autores no interior dessas redes sociais.

Para realizar um balanço de determinada área do conhecimento, podemos pesquisar os mais diversos tipos de materiais. Não é incomum, por exemplo, que balanços da produção sobre futebol no Brasil analisem livros, teses e dissertações, por exemplo. Em outras palavras, os periódicos científicos não são os únicos espaços de divulgação de resultados de pesquisas e debates científicos. Apesar disso, podemos afirmar que constituem um lugar privilegiado para a realização da análise do estado de determinada área, podendo apontar para os temas nela considerados pertinentes, para as bibliografias utilizadas e para as teorias, conceitos e métodos adotados, além de poder indicar os modos de pensamento e tipos de questões nela consagrados. Ademais, o fato de serem um instantâneo do momento de uma área os tornam um arquivo privilegiado do seu pensamento específico, facultando a elaboração da sua arqueologia (Martino, 2023).

Uma vez justificado o tipo de material pesquisado, apresento, agora, o processo de construção do *corpus* da pesquisa. Este é constituído por artigos publicados em revistas brasileiras da área de Comunicação no período de 1980 a 2023. O período pesquisado justifica-se porque, segundo diversos autores (Toledo, 2001; Helal, 2011; Lovisolo, 2011), foi na década de 1980 que começou a se consolidar, no Brasil, um campo de estudos sociais e culturais sobre futebol. Ademais, o periódico brasileiro mais antigo da área de Comunicação – a Revista Brasileira de Ciências da Comunicação – foi criado em 1978 e disponibiliza em seu site os exemplares publicados a partir de 1980. Dada a amplitude do período pesquisado e a (enorme) quantidade de material nele publicado, limitei-me a investigar aquelas revistas classificadas como A1, A2 ou A3 pelo Qualis/CAPES (2017-2020), pois são, nesses estratos, onde se encontram os periódicos acadêmicos de maior prestígio e impacto no Brasil. Para conhecer essas revistas, acessei a lista de revistas brasileiras ativas da área de Comunicação disponibilizada no site da Compós<sup>2</sup> e, com essa lista em mãos, verifiquei a classificação de cada periódico na Plataforma Sucupira.

A fim de não descartar periódicos de menor Qualis/CAPES que fossem historicamente relevantes para o debate sobre futebol e mídia – com publicação de dossiês sobre o tema, por exemplo –, também consultei três especialistas<sup>3</sup> e pedi que cada um indicasse três revistas de Comunicação (independentemente da sua classificação) que, a seu ver, tivessem tal relevância. Os periódicos indicados foram: E-Compós (1 indicação), Comunicação, Mídia e Consumo (1 indicação), Logos (2 indicações), Eptic (2 indicações), Tríade (2 indicações) e Alceu (1 indicação). Todos aqueles periódicos com uma classificação inferior ao estrato A3 – ou seja, as revistas Logos (A4), Eptic (B1), Tríade (B1) e Alceu (B2) – foram incluídos no *corpus* (os outros já estavam inclusos). No total, foram pesquisados 18 periódicos<sup>4</sup>, sendo que, em apenas 1 deles, não consegui localizar nenhum artigo sobre futebol.

Para realizar o levantamento dos artigos, utilizei os mecanismos de busca dos periódicos selecionados e, neles, empreguei o descritor “futebol”. Ao fazer isso, identifiquei um total de

<sup>2</sup> Disponível em: <https://compos.org.br/publication/lista-de-periodicos-da-area/>. Acesso em: 7 mar. 2024.

<sup>3</sup> Os três especialistas consultados são doutores, atuantes na área de Comunicação e possuem produção sistemática sobre futebol.

<sup>4</sup> Estes estão indicados na tabela 1.

159 itens. Em seguida, li os títulos, os resumos e as palavras-chave de todos eles e excluí: 1 – aqueles que não foram publicados entre 1980 e 2023; 2 – aqueles que não eram artigos originais, artigos de revisão ou ensaios (entrevistas, resenhas, traduções e editoriais não foram, portanto, considerados) e 3 – aqueles que não abordavam diretamente o tema “futebol” (artigos sobre esporte em geral, por exemplo, foram excluídos). Interessante observar, aqui, que cinco artigos continham a palavra “futebol” no seu título, resumo ou palavras-chave, mas não tratavam do tema. Por outro lado, dois artigos não continham essa palavra em nenhum desses lugares (apenas o termo “esporte”), mas tratavam.

Com base nesses procedimentos metodológicos e critérios de inclusão e exclusão, selecionei 112 artigos, que formaram o *corpus* da pesquisa, que foi, posteriormente, submetido a uma análise de conteúdo (Bardin, 2016). Essa análise foi feita da seguinte forma: a partir de nova leitura do título, das palavras-chave, do resumo<sup>5</sup> e das informações catalográficas, elaborei um quadro contendo as seguintes informações de cada artigo: título, periódico em que foi publicado, data de publicação, financiamento (se houve e, se sim, quem financiou) e fontes de informação utilizadas. Também indiquei o nome, o sexo, a titulação acadêmica e a filiação institucional do(s) autor(es).

Além de indicar essas informações mais “factuais”, ou seja, que dependem de pouca ou nenhuma interpretação do analista (Luna, 1996), destaquei duas informações de natureza mais “interpretativa”: primeira, a abordagem utilizada. Para classificá-la, tomei como base o esquema classificatório proposto por Gastaldo (2011), que indica três possíveis vertentes metodológicas de apropriação dos fenômenos esportivos em perspectiva comunicacional. Segunda, os principais temas abordados por cada artigo – não, necessariamente, aqueles indicados nas palavras-chave pelo(s) autor(es). Posteriormente, a fim de oferecer uma representação simplificada da ampla diversidade de temas encontrados, reagrubei esses temas por analogia, buscando, na medida do possível, evitar sobreposições, isto é, que um mesmo elemento estivesse presente em duas ou mais categorias temáticas (Bardin, 2016).

---

<sup>5</sup> Em vários casos, devido à falta de informação do resumo, considerei necessária a leitura do texto na íntegra.

## Resultados e discussão

Uma vez apresentado os procedimentos metodológicos adotados, apresento e discuto, agora, os principais resultados da pesquisa.

### *Sobre os contextos histórico e institucional*

O primeiro ponto a ser destacado em relação ao contexto histórico da produção analisada é que não identifiquei nenhum artigo sobre futebol nos periódicos pesquisados antes de 1996, quando o pesquisador Ronaldo Helal (1996) publicou “Futebol, cultura e cidade”, na revista Logos. Pouco antes, em 1994, a Revista USP havia publicado um dossiê que conferiu decisiva visibilidade à temática do futebol nas Ciências Humanas no Brasil, e o Núcleo de Sociologia do Futebol da UERJ, fundado em 1990 e coordenado pelo sociólogo Maurício Murad, havia lançado a revista Pesquisa de Campo, que tinha como objetivo publicar produções sobre futebol (Giglio; Spaggiari, 2010). O fato de não ter identificado nenhuma produção anterior a 1996 não significa, no entanto, que não houvesse, até aquele momento, produções no campo da Comunicação sobre futebol. Por exemplo, em 1977, Muniz Sodré, em “O Monopólio da Fala”, “[...] que pode ser considerado hoje um dos clássicos para a fundação de uma Teoria da Comunicação no país, [dedicou] o último capítulo ao futebol” (Helal, 2011, p, 16). Mas significa, sim, que as publicações ainda eram assistemáticas e adotavam outros formatos, como livros e capítulos.

Também é possível formular a hipótese de que, no Brasil, o campo da Comunicação começou a pesquisar o futebol com certo atraso em relação a outras áreas das Ciências Humanas e Sociais. Afinal, dentro dessas ciências, já na década de 1970, alguns pesquisadores ensaiavam importantes reflexões a respeito do futebol e da imprensa escrita<sup>6</sup> (Toledo, 2021). Foi nesse período, também, que foram defendidas as primeiras dissertações sobre o futebol: em 1973, temos uma pesquisa defendida no Programa de Pós-graduação em Letras na Pontifícia

---

<sup>6</sup> Na verdade, as primeiras contribuições das Ciências Humanas e Sociais para o estudo do futebol datam ainda da década de 1940, embora, naquele momento, fossem muito esporádicas (Giglio; Spaggiari, 2010). Foi, também, no fim da década de 1940 que Mario Filho publicou um dos mais controversos livros já escritos sobre o tema: “O negro no futebol brasileiro” (2010).

Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e, em 1977, outra no Museu Nacional-RJ. A autora desta última foi Simoni Lahud Guedes, que se tornaria uma das maiores referências nos estudos sociais do esporte (Costa; Helal, 2021).

Já no início da década seguinte, foi publicado o livro “Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira”, organizado por DaMatta (1982) – que, segundo Alabarces (2011), deu o “pontapé inicial” a uma série de trabalhos que viriam a ser decisivos para a formação de um campo de pesquisas sobre futebol na América Latina. A partir de então, as Ciências Humanas e Sociais – especialmente, a Antropologia – começaram a pesquisar o futebol de forma mais sistemática – inclusive, como antecipei, propondo novas chaves de interpretação, que buscavam valorizar a perspectiva dos amantes do futebol, não mais o analisando como uma simples variante do “ópio do povo” (Lovisoló, 2011).

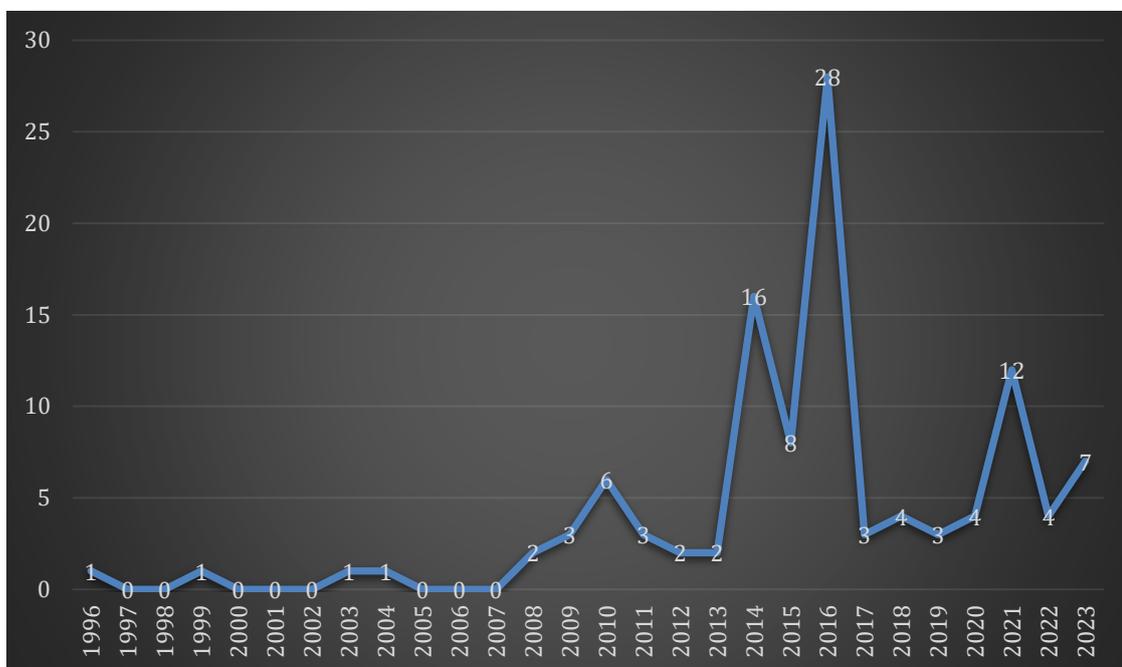
Até meados da década de 1990, o número de trabalhos defendidos sobre futebol no Brasil era, no entanto, pequeno e muito concentrado em dissertações de mestrado, dando um salto quantitativo apenas nos anos 2000 (Giglio; Spaggiari, 2010). São nesses anos, também, que a rotinização dos debates acadêmicos em Ciências Sociais sobre esporte tornou-se mais gregária. Isso se deu, principalmente, nas reuniões da Associação Brasileira de Antropologia (ABA). Não à toa, de acordo com Toledo (2021), naquele momento, a Antropologia exerceu um relevante papel de receptora de pesquisadores, temáticas e abordagens do futebol oriundos de outras áreas – incluindo a Comunicação.

Nos anos subsequentes à publicação de “Futebol, cultura e cidade” (Helal, 1996), o cenário de escassez de publicações na área da Comunicação não se alterou de forma significativa. Isso não significa que, no campo mais amplo das Ciências Humanas, as publicações sobre futebol não tenham ampliado. Indício disso é que, na segunda metade dos anos 2000, foram lançadas 3 revistas que deram grande visibilidade ao tema: a Esporte e Sociedade, de 2010, a Recorde, de 2008, e a Revista Brasileira de Futebol, também de 2008. Esta última, vale mencionar, totalmente dedicada ao “esporte bretão” (Giglio, Spaggiari, 2010). De qualquer modo, conforme indica o gráfico 1, foi apenas em 2014 que a quantidade de artigos sobre futebol deu um salto significativo na Comunicação.

A Copa do Mundo de Futebol Masculino, disputada naquele ano no Brasil, e os Jogos Olímpicos, realizados em 2016, no Rio de Janeiro, parecem ter impulsionado fortemente o

interesse da área pelo tema. Tanto que, nesse período de três anos, foram publicados 52 artigos, ou seja, 46% de toda publicação de um período de 43 anos. Esse dado sugere certa falta de capacidade do campo da Comunicação de impor sua própria agenda de pesquisa, parecendo mais refletir do que refratar demandas externas – no caso, do campo esportivo (e, por conseguinte, do campo econômico, dada a sua influência sobre ele). Essa percepção é reforçada se tivermos em mente que, logo após a realização desses megaeventos, o número de publicações despencou, voltando a subir somente em 2021.

**Gráfico 1:** Artigos por ano



**Fonte:** Elaborado pelo autor.

No que se refere ao contexto institucional da produção analisada, podemos afirmar, com base na tabela 1, que os periódicos com maior número de publicações sobre futebol foram as revistas Logos (21), Estudos em Jornalismo e Mídia (16), Eptic (11), Tríade (11) e Alceu (7). Com exceção da revista Estudos em Jornalismo e Mídia, todas as outras foram indicadas pelos especialistas e possuem uma classificação inferior ao estrato A3 – o que mostra que parte

(significativa) da produção sobre futebol não é publicada nas revistas mais bem avaliadas da área de Comunicação, com maior prestígio e impacto.

**Tabela 1:** Artigos por revista

| Revista                       | Primeira edição | Classificação Qualis | Média de artigos por ano | Total de artigos | % de artigos |
|-------------------------------|-----------------|----------------------|--------------------------|------------------|--------------|
| Alceu                         | 2000            | B2                   | 0,3                      | 7                | 6,2          |
| Brazilian Journalism Research | 2006            | A3                   | 0,4                      | 1                | 0,8          |
| Comunicação, Mídia e Consumo  | 2004            | A3                   | 0,3                      | 6                | 5,3          |
| Contracampo                   | 1997            | A3                   | 0,2                      | 6                | 5,3          |
| E-Compós                      | 2004            | A2                   | 0,1                      | 3                | 2,6          |
| Estudos em Jornalismo e Mídia | 2002            | A3                   | 0,7                      | 16               | 14,2         |
| Eco-pós                       | 2002            | A3                   | 0,4                      | 9                | 8            |
| Eptic                         | 1999            | B1                   | 0,4                      | 11               | 9,8          |
| Famecos                       | 1994            | A2                   | 0                        | 2                | 1,7          |
| Fronteiras                    | 2004            | A3                   | 0,1                      | 2                | 1,7          |
| Galáxia                       | 2001            | A3                   | 0                        | 2                | 1,7          |
| Intercom                      | 1978            | A2                   | 0,1                      | 6                | 5,3          |
| Intexto                       | 1997            | A3                   | 0,1                      | 4                | 3,5          |
| Logos                         | 1990            | A4                   | 0,6                      | 21               | 18,7         |
| Matrizes                      | 2007            | A1                   | 0                        | 1                | 0,8          |
| Revista Observatório          | 2015            | A3                   | 0                        | 0                | 0            |
| Sur le journalisme,           | 2012            | A3                   | 0,4                      | 5                | 4,4          |

|                                       |      |    |     |    |     |  |
|---------------------------------------|------|----|-----|----|-----|--|
| About journalism,<br>Sobre jornalismo |      |    |     |    |     |  |
| Tríade                                | 2013 | B1 | 1,1 | 11 | 9,8 |  |

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

Os dados da tabela 1 também permitem levantar a hipótese de que a temática “futebol” possui pouco espaço nas revistas de Comunicação de modo geral, se considerarmos sua importância econômica, social e cultural para o Brasil. Embora, para testar essa hipótese, precisássemos comparar a frequência do futebol com a de outros temas de pesquisa, não deixa de ser indicativo que, com a exceção da Tríade, as revistas pesquisadas, em média, não publicaram sequer um artigo sobre o assunto por ano – sendo que a metade delas publicou um a cada quatro anos ou mais. Também não deixa de ser sugestivo que, segundo o levantamento de Giglio e Spaggiari (2010), se contabilizarmos as teses e dissertações defendidas no Brasil de 1990 a 2009 na área de Ciências Humanas, a Comunicação ficou, junto com a Administração, apenas na quinta colocação das áreas que mais publicaram sobre o tema, com 7,3% do total de publicações – porcentagem significativamente inferior à Educação Física (23,3%) e às Ciências Sociais (19,3%), primeira e segunda colocadas, respectivamente.

#### *Sobre os/as autores/as*

Uma vez apresentados os contextos histórico e institucional da produção sob análise, vamos, agora, a seus autores. Começo observando que os 112 artigos levaram 191 assinaturas<sup>7</sup> – o que dá uma média de menos de dois autores por artigo (mais exatamente, 1,7), sendo que nenhum artigo foi assinado por mais de 3 autores. Isso indica que, no campo da Comunicação, as pesquisas sobre futebol seguem, como era de se esperar, a tradição das Ciências Humanas e Sociais, que é mais “individual” (Martino, 2023). Essa dinâmica de autoria, no entanto, não, necessariamente, se reproduz em outros contextos científicos, como o da Educação Física, onde

<sup>7</sup> Não necessariamente de diferentes autores, pois alguns assinaram mais de um artigo, conforme veremos adiante.

estudos assinados por um conjunto maior de autores é mais recorrente. A comparação (futura) com esses outros contextos pode permitir compreender como diferentes tradições científicas afetam a prática da pesquisa sobre um mesmo tema.

Em relação ao sexo dos autores, das 191 assinaturas, 117 eram de homens (61,2%) e 74 eram de mulheres (38,7%). Portanto, a despeito de as mulheres já constituírem uma parcela significativa nessa porcentagem, elas seguem sendo minoria. Nesse sentido, podemos afirmar que o futebol ainda é uma atividade praticada, consumida e, no caso, pesquisada, principalmente, por homens. Um espaço masculino, portanto (Dunning, 2014). Cabe destacar, também, que, assim como no ambiente futebolístico, “times mistos”, aqui, são relativamente raros: apenas 26 artigos (13,6%) são assinados por homens e mulheres – sendo que, destes, apenas 7 (26,9%) possuem uma mulher como primeira autora ou, para manter a metáfora futebolística, como “capitã do time”.

No que diz respeito à titulação dos autores, com a exceção de 2 graduados (1%) e de outro que cursava uma especialização (0,5%), todos os demais eram, no mínimo, mestrandos. Mais exatamente, 22 eram mestrandos (11,5%); 17, mestres (8,9%); 38, doutorandos (19,8%) e 111, doutores (58,1%). Vale sublinhar que todos os artigos possuíam, ao menos, um mestrando como autor, sendo que 172 (90%) eram assinados por, no mínimo, um doutor. Provavelmente, isso se deve ao fato de as revistas pesquisadas terem uma política editorial seletiva, apesar de parte delas não ser de alto impacto.

Em relação à filiação institucional dos autores, é preciso, antes de tudo, esclarecer que contabilizei o número total de filiações, isso significa que, se um mesmo autor assinou três artigos, por exemplo, sua filiação foi contabilizada três vezes. Também observo que alguns autores indicaram mais de uma filiação institucional. Por essa razão, o número de filiações é maior do que o de assinaturas. Ademais, alguns mudaram de instituição ao longo da sua trajetória acadêmica. Em função disso, em alguns casos, a filiação do autor mudou. Também sublinho que alguns autores não possuem vínculos com a área de Comunicação. No entanto, não foi possível precisar a porcentagem desses casos, pois, com certa frequência, foi indicada apenas genericamente a instituição de filiação. Por exemplo, “Universidade de São Paulo”, sem qualquer outra especificação.

Dito isto, vamos aos números: identifiquei um total de 197 filiações, relacionadas a 54 instituições. Embora haja uma ampla diversidade de instituições envolvidas na pesquisa sobre futebol na área de Comunicação, a grande maioria das filiações relaciona-se a instituições localizadas no Sudeste (60%). Em seguida, aparecem aquelas relacionadas a instituições localizadas no Sul (20,8%); no Nordeste (8,6%); no Exterior (4%); no Centro-Oeste (3,5%) e no Norte (2%). Essa concentração num mesmo local reforça a necessidade de se democratizar a pós-graduação e a pesquisa científica em Comunicação no país, ampliando os investimentos fora do eixo Sul-Sudeste.

Em relação às instituições que mais apareceram, destacam-se: a UERJ, com 36 vinculações (18,2%), a Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), com 14 vinculações (7,1%), e a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), com 12 vinculações (6%). Interessante observar a ausência da Universidade de São Paulo (USP), da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) nas primeiras posições – uma vez que, no campo mais amplo das Ciências Humanas, elas ocupam o topo no número de teses e dissertações defendidas sobre futebol (Giglio; Spaggiari, 2010).

Também vale destacar que as três instituições mais bem colocadas na área da Comunicação – UERJ, UNESP e UFMG – possuem professores e pesquisadores com número significativo de produções sobre futebol e que coordenam relevantes grupos de pesquisa, como o LEME, o Grupo de Estudos em Comunicação sobre Esporte e Futebol (GECEF) e o Grupo de Pesquisa em Comunicação e Culturas Esportivas (Coletivo Marta). Esse dado reforça o argumento de Giglio e Spaggiari (2010) de que, nas Ciências Humanas, a produção sobre futebol foi germinada, em grande medida, em formas coletivas de pesquisa e debates, como aqueles estabelecidos em congressos e grupos de pesquisa.

Sobre os autores com maior número de artigos, há poucos com produções sistemáticas – apenas 4 assinam 5 ou mais artigos. Há algumas hipóteses para isso (não necessariamente excludentes): 1 – parte dos pesquisadores da área de Comunicação e Esporte investiga diferentes modalidades esportivas, não se restringindo ao futebol; 2 – os estudos sociais sobre futebol formam um campo multidisciplinar/interdisciplinar, o que faz com que parte de seus pesquisadores publique em periódicos de diferentes áreas do saber; 3 – embora se interesse

academicamente pelo tema futebol, a maior parte dos pesquisadores apenas o considera um objeto de investigação secundário, fazendo apenas contribuições pontuais e 4 – muitos dos autores simplesmente não seguiram carreira acadêmica, interrompendo suas pesquisas sobre futebol e seguindo carreira em outras áreas, como o jornalismo esportivo. Dado que boa parte dos pesquisadores é formada por doutores, esta última hipótese parece mais improvável.

Hipóteses à parte, aqueles que possuem mais produções são: Ana Carolina Vimieiro (3), Anderson David Gomes dos Santos (3), Leda Maria da Costa (3), Rafael Fortes (3), Fausto Amaro Ribeiro Picoreli Montanha (4), Magno Cassiano Casagrande (4), Felipe Tavares Paes Lopes (5), Filipe Fernandes Ribeiro Mostaro (5), José Carlos Marques (6) e Ronaldo George Helal (16). Ao olhar para essa lista, chama atenção o baixo número de mulheres, o que reforça a hipótese de que o futebol ainda é pesquisado, principalmente, por homens. Também chama atenção a quantidade de produções e a relevância do pesquisador Ronaldo Helal para o desenvolvimento dos estudos sobre futebol no campo da Comunicação. Essa relevância foi reconhecida, inclusive, em um dos artigos analisados (Hollanda, 2022), que se dedica a analisar sua obra e trajetória.

Professor Titular da UERJ, Helal desenvolveu seu doutorado, nos Estados Unidos, no fim da década de 1980 e começo da década de 1990. Desde então, tem se dedicado a explorar a interface entre os esportes, a Sociologia e a Comunicação Social, numa obra que “[...] tem por cerne o exame dos discursos midiáticos sobre a performance da Seleção Brasileira em Copas do Mundo desde a ótica da imprensa estrangeira” (Hollanda, 2022, p. 144). Assim, seguindo uma tradição de intérpretes do Brasil que se valeram da experiência formadora da viagem para interpelar o país sob novos ângulos, Helal propõe compreender o processo de formação da nossa identidade de fora para dentro. Para tanto, apoia-se não só em pesquisas de pós-doutorado que realizou no exterior, mas, também, em diversas parcerias com seus orientandos – tanto que, dos 16 artigos que assina, apenas 5 não são frutos dessas parcerias ou com outros pesquisadores. Isso significa que sua obra não pode ser compreendida como o produto de um pensamento isolado, mas de construções coletivas de saber. Construções, em grande medida, estabelecidas no interior do grupo “Esporte e Cultura”, criado por ele e por Lovisolo na UERJ, em 1998, e do LEME, que ele coordena atualmente na mesma instituição (Costa; Helal, 2021). Certamente,

o “caso Helal” contribui para reforçar a importância da consolidação de grupos de pesquisa para o desenvolvimento da área.

Outro aspecto importante para esse desenvolvimento é o apoio financeiro de agências de fomento à pesquisa. O próprio Helal é, atualmente, bolsista de produtividade em pesquisa do CNPq (nível 1C<sup>8</sup>). No entanto, como pude observar, apenas 28<sup>9</sup> artigos (25%) indicaram algum tipo de apoio financeiro<sup>10</sup> – sendo que os financiadores mencionados foram: CNPq (12x), CAPES (11x), Fapesp (5x), Fapemig (3x), Faperj (1x), PRQ-UFMG (1x) e PROABE-UNIABE (1x), isto é, a maior parte do financiamento veio de instituições de caráter nacional (79%) e a outra parte, de agências de fomento ou de universidades da região sudeste (21%).

#### *Sobre os temas, abordagens e fontes de informação*

Até aqui, analisei o contexto de produção do material selecionado. Agora, debruço-me sobre seu conteúdo. Começo pelos temas abordados. A tabela 2 indica os principais (aqueles que tiveram menos de três menções foram classificados como “outros”).

**Tabela 2:** Porcentagem e frequência dos temas

| Tema   | Frequência | % do total |
|--|------------|------------|
| Outros   | 47         | 20,5       |
| Cobertura jornalística de megaevento esportivo | 24         | 10,4       |
| Identidade brasileira                          | 20         | 8,7        |
| Relações de gênero                             | 15         | 6,5        |
| Torcida  | 14         | 6,1        |
| Internet                                       | 12         | 5,2        |

<sup>8</sup> Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/8912160484639720>. Acesso em: 8 mar. 2024.

<sup>9</sup> Importante destacar que 6 indicaram mais de um financiamento.

<sup>10</sup> Para chegar a esse número, considerei tanto os artigos que fizeram um agradecimento explícito no final do texto ou em uma nota de rodapé quanto aqueles nos quais o autor (ou um dos autores ao menos, no caso das produções coletivas) indicou, nos dados biográficos, ser bolsista ou contar com algum tipo de auxílio.

|  |     |     |
|--|-----|-----|
| Televisão                                      | 10  | 4,3 |
| Espetacularização e mercantilização do futebol | 9   | 3,9 |
| Organização de megaevento esportivo            | 9   | 3,9 |
| Ativismo esportivo                             | 7   | 3,0 |
| Crônica esportiva                              | 7   | 3,0 |
| Estudos sociais do futebol                     | 7   | 3,0 |
| Idolatria                                      | 7   | 3,0 |
| Memória e história do jornalismo esportivo     | 7   | 3,0 |
| Linguagem e narrativas midiáticas              | 6   | 2,6 |
| Cidade   | 5   | 2,1 |
| Paixão   | 5   | 2,1 |
| Relações raciais                               | 5   | 2,1 |
| Ideologia                                      | 4   | 1,7 |
| Midiatização do futebol                        | 4   | 1,7 |
| Total  | 224 | 100 |

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

O primeiro aspecto a ser destacado é a ampla diversidade de temas abordados. Tanto que a categoria “outros” ocupa a primeira posição, seguida por “cobertura jornalística de megaeventos”. O campo da Comunicação parece, portanto, mais preocupado com a cobertura de eventos excepcionais do que com aquela feita do cotidiano do futebol. Provavelmente, porque a cobertura de tais eventos permite, mais do que outras, discutir a questão da “identidade brasileira” – terceiro tema mais pesquisado. Não à toa, com frequência, ambos aparecem associados. A pesquisa sobre “identidade brasileira”, conforme já antecipei, tem sido levada a cabo por Helal há mais de 30 anos. Em grande medida, a predominância e o desenvolvimento dessa temática devem-se aos seus esforços. Tanto que, dos 20 artigos sobre o tema, 8 levam a

sua assinatura (40%). Seus orientandos ou ex-orientandos também têm investigado o tema: 3 artigos levam a assinatura de Filipe Mostaro, por exemplo. Outro autor que tem produzido sobre o assunto é José Carlos Marques, com 3 artigos.

Voltando ao tema “cobertura jornalística de megaeventos esportivos”, observo que, com exceção de um artigo sobre os Jogos Olímpicos e de outro acerca da Copa do Mundo de Futebol Feminino, todos os demais abordaram a cobertura feita de Copas do Mundo de Futebol Masculino. Isso significa que o futebol de homens tem sido, historicamente, o centro das atenções do campo da Comunicação. Proibido formalmente em vários países durante décadas – inclusive, no Brasil –, o futebol de mulheres, no entanto, começa a entrar na agenda da academia. Tanto que, das 15 produções classificadas como “relações de gênero”, 6 abordaram tal futebol, sendo que o mais antigo é de 2016. Essa evolução acompanha a ampliação do interesse da academia brasileira pelo tema “gênero e esporte” em geral, que teve uma intensificação a partir de 2017, e, em específico, da ampliação do número de trabalhos sobre mulheres no GP “Comunicação e Esporte”, da Intercom (Vimieiro *et al.*, 2023). Em certa medida, também segue o próprio processo de profissionalização, organização e midiaticização do referido futebol. Afinal, como nos recordam Vimieiro e colaboradoras (2023), temos, desde 2016, várias medidas sendo tomadas, que vão desaguar no grande sucesso da Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2019, a mais assistida da história. No que diz respeito às outras produções classificadas como “relações de gênero”, estas trataram de questões mais diretamente ligadas à masculinidade, como a homofobia no futebol de homens.

Em relação às relações raciais, apenas 5 artigos trataram da questão. Isso sugere que um dos problemas sociais mais graves do Brasil, o racismo, ainda tem recebido pouca atenção dos estudos sobre futebol na Comunicação – o que não deixa de ser surpreendente, dado que a participação dos negros no futebol brasileiro tem sido um tema de destaque nas Ciências Humanas, ensejando múltiplas controvérsias, como aquelas suscitadas nos debates entre Soares (2001) e Helal e Gordon Jr (2001).

Embora relativamente recorrente, havia uma expectativa de que o tema “torcidas” fosse ainda mais discutido – principalmente, se considerarmos que, dos 14 artigos sobre o tema, apenas metade (3% do total) aborda agrupamentos organizados de torcedores, como as torcidas organizadas e os coletivos ativistas de torcedores. Agrupamentos que, historicamente, têm

mobilizado as produções sobre futebol nas Ciências Humanas no Brasil. Nas palavras de Giglio e Spaggiari (2010, p. 296), dentre os principais temas presentes nessas produções, as análises sobre as torcidas organizadas, “[...] muito influenciadas pela proliferação de conflitos e casos de violência nos estádios no começo dos anos 1990, tiveram um impacto decisivo dentro do processo de ampliação do cenário de estudos sobre esporte no Brasil.”

Outra temática na qual havia uma expectativa de maior frequência é aquela relativa à “mídiação do futebol<sup>11</sup>”. Afinal, os meios de comunicação são centrais na organização do espetáculo esportivo. Ademais, pesquisei revistas de Comunicação, que, em tese, possuem um interesse particular por esse tipo de temática. Aqui, é preciso sublinhar que temas correlatos como “internet” e “televisão” tiveram, contudo, uma incidência significativa. Das mídias tradicionais, apenas o rádio não teve. Definitivamente, este parece ser o “patinho feio” do campo, tendo sido objeto de interesse de apenas 2 artigos, a despeito de sua (enorme) importância para a popularização do futebol. Provavelmente, isso se deve, ao menos em parte, à dificuldade de investigá-lo – principalmente, de um ponto de vista histórico, devido à falta de acesso às transmissões radiofônicas passadas (Gastaldo, 2011). Tanto que, dos 7 estudos sobre memória e história do jornalismo esportivo, apenas 1 abordou o rádio – e, conforme retomarei, a partir de material bibliográfico.

Outras duas temáticas que possuem estreitas relações são: “espetacularização e mercantilização do futebol” e “organização de megaeventos esportivos”. Afinal, esses megaeventos contribuíram para potencializar o processo de espetacularização e mercantilização do futebol, gerando forte resistência a ele (Lopes; Hollanda, 2018). Não à toa, um tema que emergiu e ganhou fôlego mais recentemente foi o do “ativismo esportivo” – categoria temática que reuniu tanto aquelas produções sobre os protestos contra a Copa do Mundo de 2014 e Jogos Olímpicos de 2016 quanto aquelas sobre a luta dos coletivos ativistas de torcedores contra o fascismo e/ou a favor do direito ao clube, ao estádio e à cidade. Inclusive, o tema “cidade” é outro que apareceu algumas vezes e possui certa ligação com o tema “organização de megaeventos esportivos”, dado o impacto desses megaeventos para o espaço urbano, com

---

<sup>11</sup> Na referida categoria temática, abarquei todos aqueles trabalhos que buscaram discutir a inserção do futebol na lógica midiática, e não apenas aqueles estudos que analisaram essa inserção a partir do referencial específico da mídiação – que, conforme Vimieiro (2023), ainda são raros no Brasil.

desapropriações, gentrificações e projetos políticos e de intervenção urbana de caráter autoritário, alimentados por decretos, regras e leis excepcionais (Oliveira, Vainer, 2014).

Dois outros temas que apareceram e que, também, guardam alguma relação entre si são “paixão” e “idolatria”. Conforme observam Costa e Helal (2020), os ídolos são elementos fundamentais para fazer com que as pessoas se identifiquem com os eventos esportivos. Em geral, suas narrativas falam de superar obstáculos aparentemente insuperáveis. Por essa razão, diferentemente dos ídolos de outros universos – como os da música e do cinema –, os ídolos esportivos costumam ser transformados em heróis. Interessante notar, no entanto, que todos os artigos que se propuseram a analisar a questão da idolatria focalizaram o amor por jogadores ou treinadores homens – o que reforça, simultaneamente, as ideias de que o futebol-espetáculo ainda é um espaço social predominantemente masculino e de que o campo da Comunicação tem dado mais atenção ao futebol de homens.

Alguns artigos também tiveram por objeto as próprias teorias sociais do futebol e as crônicas esportivas. Estas últimas, como as de Nelson Rodrigues, possuem, certamente, um grande valor histórico. Outros desenvolveram reflexões de natureza mais teórica sobre a linguagem e as narrativas esportivas. No entanto, apenas 4 (1,7%) discutiram o fenômeno da ideologia – o que é indicativo de que, conforme já havia sido antecipado por Alabarces (2011), Helal (2011) e Lovisolo (2011), as teorias críticas, especialmente de base marxista-althusserianas, não são mais predominantes na análise do futebol. Isso não significa, contudo, que elas foram totalmente substituídas. Prova disso é que, no ano de 2023, a revista Eptic – que busca justamente estabelecer um diálogo crítico da Economia Política da Comunicação com outras áreas do saber – publicou um dossiê sobre mercantilização e resistência no âmbito do esporte-espetáculo.

No que diz respeito às abordagens, vale salientar que alguns estudos combinaram duas ou mais. No entanto, a fim de verificar as linhas metodológicas predominantes, considerei apenas a abordagem principal, desconsiderando as auxiliares. Feito esse esclarecimento, observo que, seguindo e ampliando o esquema classificatório proposto por Gastaldo (2011), organizei as produções selecionadas em 5 categorias: estudos etnográficos e netnográficos, estudos de análise do discurso midiático, estudos históricos da imprensa esportiva, estudos de revisão de literatura e ensaios teóricos.

Os artigos caracterizados como “estudos etnográficos e netnográficos” referem-se àqueles que fizeram uso da etnografia, que consiste, grosso modo, na combinação da observação participante com o registro no diário de campo, ou da netnografia, que consiste na aplicação da etnografia a pesquisas em ambientes digitais. Já os artigos caracterizados como “estudos de análise do discurso midiático” dizem respeito àqueles que estavam preocupados, principalmente, em examinar as características estruturais e as relações do discurso midiático, podendo, para tanto, empregar variados tipos de análises (ou métodos): análise narrativa, análise de conteúdo, análise discursiva etc. Por sua vez, os artigos caracterizados como “estudos históricos da imprensa esportiva” referem-se àqueles que objetivaram, por meio dos discursos jornalísticos, conhecer eventos esportivos do passado. Já os artigos caracterizados como “estudos de revisão de literatura” dizem respeito àqueles que buscaram, de algum modo, descrever o estado da temática de pesquisa “futebol” ou de alguma outra relacionada a ela na área da Comunicação, buscando apontar para sua evolução, suas lacunas e/ou entraves teórico-metodológicos. Por fim, os artigos caracterizados como “ensaios teóricos” dizem respeito àqueles que buscaram expor críticas, reflexões e opiniões pessoais sobre algum conceito ou tema de pesquisa associado às discussões sobre o futebol.

Pude notar que, destas abordagens, há uma predileção dos pesquisadores da área de Comunicação em abordar o futebol por meio da análise de discursos midiáticos (46 artigos ou 41%). Outras abordagens relativamente recorrentes são os estudos históricos da imprensa esportiva (29 artigos ou 25,8%) e os ensaios teóricos (24 artigos ou 21,4%). Mais raros são os estudos etnográficos e netnográficos (7 artigos ou 6,2%) e os estudos de revisão de literatura (6 artigos ou 5,3%). A opção pela análise discursiva pode ser explicada, ao menos em parte, porque o noticiário esportivo oferece farto material de perspectiva analítica do discurso (Gastaldo, 2011).

Por fim, no que diz respeito as principais fontes de informação, indicadas no gráfico 2, é preciso destacar que alguns artigos trabalharam com mais de uma delas. Houve, ainda, 18 artigos sem material empírico, por se tratarem de produções de natureza ensaística. Houve, no entanto, casos de ensaios que trabalharam com algum tipo de material empírico (uma peça publicitária, por exemplo), a fim de ilustrar o argumento do autor. Também é importante destacar que, obviamente, todos os artigos dialogam com material bibliográfico. No entanto,

apenas alguns, como as revisões de literatura, fizeram desse material seu objeto de análise empírica.

**Tabela 3:** Porcentagem e frequência das fontes de informação

| Fonte de informação  | Frequência | % do total |
|--|------------|------------|
| Jornal, revista e portal de notícias                                     | 43         | 40,3       |
| Rede social online   | 23         | 21,4       |
| Material bibliográfico   | 13         | 12,1       |
| Relato oral obtido em entrevista, grupo focal ou através de questionário | 11         | 10,2       |
| Produção televisiva  | 9          | 8,4        |
| Observação direta  | 6          | 5,6        |
| Peça publicitária  | 5          | 4,6        |
| Vídeo da internet  | 4          | 3,7        |
| Weblog   | 3          | 2,8        |
| Legislação e documento governamental                                     | 1          | 0,9        |
| Produção cinematográfica   | 1          | 0,9        |
| Produção biográfica  | 1          | 0,9        |
| Total  | 107        | 100        |

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

Os dados da tabela 3 apresentam alguns pontos comuns com o balanço feito por Fortes (2014) dos estudos de esporte no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação de 2012. Assim como foi observado nesse balanço, o número de trabalhos que utilizam a internet como fonte de informação é bastante significativo. Já aqueles que fazem uso de produções televisivas é pequeno, se considerarmos o amplo espaço ocupado pelo futebol nas grades de programação

televisiva. Aqui, não deixa de ser surpreendente que nenhum trabalho tenha utilizado o rádio como fonte de informação – o que reforça o argumento de que ele é “patinho feio” do campo da Comunicação. No entanto, diferentemente do encontrado no referido balanço, jornais e revistas foram amplamente utilizados como fonte de informação. Outra fonte relevante foram os relatos orais, que são bastante utilizados em outros campos do saber – como a História Oral – para conhecer os papéis e os significados que o futebol desempenha para as pessoas. Já a observação direta foi pouco utilizada – o que era de se esperar, dado o baixo número de etnografias. Número este que, no entanto, deveria ser ampliado ao longo dos próximos anos, em função da importância dessa prática de pesquisa para os estudos de recepção do futebol (Gastaldo, 2011).

### **Considerações finais**

Neste artigo, busquei fazer um balanço de como a temática “futebol” foi abordada em artigos publicados em periódicos da área de Comunicação de 1980 a 2023, buscando analisar o contexto histórico e institucional de produção desses artigos, algumas características de seus autores e seus temas, abordagens e fontes de informação. Nesse passeio a voos de pássaro pelos periódicos, pude perceber, entre outras coisas, que parte (significativa) da produção sobre futebol não é publicada nas revistas de maior prestígio da área. Sendo assim, cabe a pergunta: será que, de certa maneira, ela não está reproduzindo um velho preconceito da academia de conceber o futebol como um tema “menor”? Embora sejam necessários mais dados para responder a essa pergunta com segurança, se olharmos para outros dados – como, por exemplo, os fatos de Helal ser o único pesquisador de produtividade do CNPq na Comunicação que pesquisa futebol, de a Compós jamais ter abrigado um grupo de trabalho sobre esporte e de metade das revistas pesquisadas publicar apenas um artigo sobre futebol a cada quatro anos ou mais – somos levados a crer que “sim”.

Também pude perceber que o corpo de pesquisadores do futebol foi, historicamente, formado por homens vinculados a instituições do Sudeste e que, por muitos anos, se dedicaram a estudar, principalmente, as narrativas identitárias do futebol de homens no Brasil. Embora seja preciso reconhecer a (enorme) relevância desses estudos para a compreensão dos papéis e

dos significados do futebol (masculino) no nosso país, assim como para o próprio desenvolvimento da área de Comunicação e Esporte, esse olhar predominantemente masculino teve (e segue tendo) um forte impacto na nossa agenda de pesquisa. Ao focalizar o futebol-espetáculo de homens e os ídolos homens do futebol, ele contribuiu (e segue contribuindo) para naturalizar essa modalidade e esses sujeitos como aqueles dignos de paixão e visibilidade (incluindo a acadêmica). É sempre bom recordar que os jogadores e torcedores homens do imaginário acadêmico do fim do século XX é apenas uma parte do universo do futebol.

Esse cenário, no entanto, começa a mudar. Recentemente, mulheres pesquisadoras passaram a participar mais sistematicamente da área e os objetos pesquisáveis diversificaram-se. Com isso, outros futebóis saíram da penumbra, como o próprio futebol de mulheres. A diversificação das temáticas e a dos pesquisadores, muito provavelmente, estão correlacionadas e, certamente, são necessárias para o aprofundamento da compreensão das relações entre futebol e poder. Embora a pesquisa não traga dados que suportem isso, é possível formular a hipótese – a ser verificada em trabalhos futuros – de que a pouca atenção ao racismo no futebol pode ser explicada (ao menos parcialmente) pela predominância de pesquisadores brancos. Como linha de investigação futura, também parece promissora a análise do cruzamento das opressões (de raça, gênero, classe etc.) na estruturação das desigualdades no universo do futebol. As teorias feministas – como a teoria feminista marxista, o feminismo negro e o estudo das interseccionalidades – podem ser de grande valia aqui.

Outro aspecto a ser destacado é que a maior parte da produção sobre futebol foi produzida em meados dos anos 2010, quando o Brasil recebeu megaeventos esportivos – o que indica certa dependência da agenda da área de Comunicação e Esporte da agenda jornalística. Embora o campo científico não deva simplesmente ignorar as demandas externas, formular suas próprias questões e conseguir se blindar das pressões advindas de outros campos sociais (como o jornalístico) são fundamentais. Afinal, caso contrário, corre o sério risco de reproduzir as representações “oficiais” do mundo social, ou seja, aquelas impostas pelas classes e grupos dominantes. De acordo com Bourdieu (1997), no caso específico do campo jornalístico, devido à busca encarniçada pela audiência, há uma tendência de seus agentes privilegiarem representações sobre o espetacular em detrimento do cotidiano, do ordinário. Não à toa, Fortes (2001; 2014) defende a necessidade da nossa área de ir além da cobertura de grandes eventos.

Defende, ainda, o aprofundamento do diálogo e da contraposição de ideias entre seus autores, a fim de permitir a identificação de lacunas, o avanço do debate e a consolidação do campo de Comunicação e Esporte.

Por fim, sublinho que temas ditos “clássicos”, como aqueles ligados aos fenômenos ideológicos, parecem não despertar mais tanta curiosidade intelectual assim. Penso que, a despeito das pertinentes críticas dirigidas às teorias críticas do esporte, abandonar a discussão desses temas é, definitivamente, prematura. Afinal, podemos até suspeitar dos “efeitos alienantes” do futebol – e, de fato, há fortes razões para suspeitarmos, basta recordarmos das manifestações recentes contra a extrema direita protagonizadas pelas alas antifascistas das torcidas –, mas não podemos perder de vista a persistência das relações de dominação (de classe, de raça, de gênero, de nacionalidade etc.) no mundo contemporâneo e, em particular, no universo do futebol. Mais ainda, não podemos perder de vista a importância dos processos e das práticas comunicacionais para a reprodução dessas relações. Seja como for, em estudos futuros, pretendo dar voos rasantes sobre partes específicas do material analisado, a fim de conhecê-lo em seus detalhes e sutilezas. Interessa-me, em especial, conhecer seus principais argumentos e conjuntos de pressupostos mais amplos.

## Referências

ALABARCES, Pablo. Veinte años de ciencias sociales y deportes, diez años después. **Revista Alesde**, v. 1, n. 1, 2011, p. 11-22.

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto. São Paulo: Edições 70, 2016.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

COSTA, Leda; HELAL, Ronaldo. Estudios sobre deportes y fútbol en Brasil. En los campos de la sociología y la comunicación. **REA – Revista Euroamericana de Antropología**. v. 12, 2021, p. 51-66.

DUNNING, Eric. **Sociologia do esporte e os processos civilizatórios**. São Paulo: Annablume, 2014.

FILHO, Mario. **O negro no futebol brasileiro**. 5 ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

FORTES, Rafael. Um balanço dos estudos de esporte no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação de 2012. **Contracampo**, n. 30, p. 83-100, 2014.

FORTES, Rafael. Estudos de esporte na área de comunicação: um panorama e algumas propostas. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 18, n. 2, p. 598-614, 2011.

GASTALDO, Edson. Comunicação e esporte: explorando encruzilhadas, saltando cercas. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 8, n. 21, p. 39-51, 2011.

GIGLIO, Sérgio Settani; SPAGGIARI, Enrico. A produção das Ciências Humanas sobre futebol: um panorama (1990-2009). **Revista de História**, v. 163, p. 293-350, 2010.

HELAL, Ronaldo. **Futebol e comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil**. Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, v. 8, n. 21, p. 11-38, 2011.

HELAL, Ronaldo. Futebol, Cultura e Cidade. **Logos: Comunicação & Universidade**, v. 3, n. 2, p. 1-3, 1996.

HELAL, Ronaldo; GORDON JR., Cesar. Sociologia, história e romance na construção da identidade nacional através do futebol. In: Helal, R. *et al.* (Orgs.). **A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria**. Rio de Janeiro: Mauad, p. 51-76, 2001.

HOLLANDA, Bernardo Buarque de. Esporte, comunicação e sociologia: uma leitura da trajetória acadêmica e da produção intelectual de Ronaldo Helal. **Alceu**, v. 22, n. 47, p. 143-164, 2022.

LOPES, Felipe Tavares Paes; HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de. “Ódio eterno ao futebol moderno”: poder, dominação e resistência nas arquibancadas dos estádios de São Paulo. **Tempo**, v. 24, n. 2, p. 207-232, 2018.

LOVISOLO, Hugo Rodolfo. Sociologia do esporte (futebol): conversações argumentativas. In: HELAL, Ronaldo; LOVISOLO, Hugo Rodolfo; SOARES, Antonio Jorge Gonçalves (Orgs.). **Futebol, jornalismo e ciências sociais: interações**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011. p. 11-32.

LUNA, Sérgio Vasconcelos de. **Planejamento de pesquisa: uma introdução**. São Paulo: EDUC, 2006.

MARTINO, Luís Mauro Sá. “Publicar ou perecer”? Três dimensões das publicações acadêmicas na pesquisa em Comunicação. **Tríade: comunicação, cultura e mídia**, v. 11, n. 24, p. 1-21, 2023.

OLIVEIRA, Nelma Gusmão; VAINER, Carlos. Megaeventos no Brasil e no Rio de Janeiro: uma articulação transescalar na produção da cidade de exceção. *In*: SANCHEZ, Fernanda *et al.* (Org.). **A Copa do Mundo e as cidades: políticas, projetos e resistências**. Niterói: Editora da UFF, 2014. p. 81-118.

SOARES, Antonio Jorge. História e a invenção de tradições no futebol brasileiro. *In*: HELAL, Ronaldo *et al.* (Orgs.). **A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria**. Rio de Janeiro: Mauad, 2001. p. 13-50.

TOLEDO, Luiz Henrique de. Balanços bibliográficos e ciclos randômicos: o caso dos futebolis na antropologia brasileira. **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, São Paulo, n. 94, p. 1-32, 2020.

TOLEDO, Luiz Henrique de. Futebol e teoria social: aspectos da produção científica brasileira (1982-2002). **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, v. 1, n. 2, p. 133-165, 2001.

VIMIEIRO, Ana Carolina *et al.* Estudos sobre mídia, gênero e esporte no Brasil: narrativas do futebol feminino e algumas propostas. **E-compós**, Ahead of Print, 2023, p. 1-27.

VIMIEIRO, Ana Carolina. Miatização e futebol: dinâmicas digitais do torcer no Brasil. *In*: SILVA, Sílvia Ricardo *et al.* (Eds). **Torcidas organizadas, coletivos e movimentos de torcedores: um panorama nos dias atuais**. Belo Horizonte: Mercado de Letras, 2023. p. 47-80.

## **Dados de Autoria**

**Felipe Tavares Paes Lopes**

E-mail: lopesftp@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0213-7858>

Instituição: Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo, Brasil

Minibiografia: Doutor em Psicologia Social pela Universidade de São Paulo (USP) e doutor em Ciências Humanas e Sociais pela Universidade Federal do ABC (UFABC). Professor de Sociologia do Esporte da Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas (FEF-Unicamp).

## **Dados do artigo**

### **Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese:**

O artigo é resultado da pesquisa “Futebol, comunicação e poder: uma análise (meta)teórica da produção acadêmica brasileira e argentina (1981-2020)”, desenvolvido na Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas.

### **Fontes de financiamento:**

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) – Processo n. 2023/11526-5.

### **Apresentação anterior:**

Não se aplica.

### **Agradecimentos/Contribuições adicionais:**

Agradeço à Fapesp pelo auxílio financeiro recebido.

## **Dados sobre Cuidados Éticos e Integridade Científica**

**A pesquisa que resultou neste artigo teve financiamento?**

Sim.

**Financiadores influenciaram em alguma etapa ou resultado da pesquisa?**

Não.

**Liste os financiadores da pesquisa:**

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp).

**Autora, autor, autores têm algum tipo de vínculo ou proximidade com os financiadores da pesquisa?**

Não.

**Descreva o vínculo apontado na questão anterior:**

Não se aplica.

**Autora, autor, autores têm algum tipo de vínculo ou proximidade com alguma pessoa ou organização mencionada pelo artigo?**

Sim, ao analisar o contexto institucional do material selecionado, menciono, de passagem, a Universidade de Sorocaba (Uniso), instituição em que lecionei durante aproximadamente oito anos. A Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), instituição a qual estou vinculado no momento, também é mencionada de passagem.

**Descreva o vínculo apontado na questão anterior:**

Profissional.

**Autora, autor, autores têm algum vínculo ou proximidade com alguma pessoa ou organização que pode ser afetada direta ou indiretamente pelo artigo?**

Não.

**Descreva o vínculo apontado na questão anterior:**

Não se aplica.

**Interferências políticas ou econômicas produziram efeitos indesejados ou inesperados à pesquisa, alterando ou comprometendo os resultados do estudo?**

Não.

**Que interferências foram detectadas?**

Não se aplica.

**Mencione outros eventuais conflitos de interesse no desenvolvimento da pesquisa ou produção do artigo**

Não há conflito de interesse.

**A pesquisa que originou este artigo foi realizada com seres humanos?**

Não.

**Entrevistas, grupos focais, aplicação de questionários e experimentações envolvendo seres humanos tiveram o conhecimento e a concordância dos participantes da pesquisa?**

Não se aplica.

**Participantes da pesquisa assinaram Termo de Consentimento Livre e Esclarecido?**

Não se aplica.

**A pesquisa tramitou em Comitê de Ética em Pesquisa?**

Não se aplica.

**O Comitê de Ética em Pesquisa aprovou a coleta dos dados?**

Não se aplica.

**Mencione outros cuidados éticos adotados na realização da pesquisa e na produção do artigo:**

Todos os dados foram armazenados em um computador com login e senha de acesso.