



ARTIGO ORIGINAL

## A transmissão radiofônica de jogos de futebol: a incoerente gratuidade de um espetáculo esportivo?



Ana Paula Cabral Bonin<sup>a,\*</sup>, Diogo Maoski<sup>b,c</sup>, André Mendes Capraro<sup>d</sup>  
e Fernando Marinho Mezzadri<sup>d</sup>

<sup>a</sup> Programa de Pós-Graduação em Educação Física, Setor de Ciências Biológicas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil

<sup>b</sup> Graduação em Educação Física, Setor de Ciências Biológicas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil

<sup>c</sup> Graduação em Administração, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, PR, Brasil

<sup>d</sup> Departamento de Educação Física, Setor de Ciências Biológicas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil

Recebido em 11 de julho de 2012; aceito em 6 de fevereiro de 2013

Disponível na Internet em 17 de novembro de 2015

### PALAVRAS-CHAVE

Futebol;  
Transmissão  
radiofônica;  
Legislação brasileira;  
Clube Atlético  
Paranaense

**Resumo** A mídia passou a integrar o futebol em suas mais diversas vertentes e passou a usufruir do retorno financeiro, proporcionado pela preferência nacional desse esporte. Problematicamos este artigo baseados na seguinte questão: sendo a transmissão dos jogos de futebol um produto das emissoras de rádio, deveriam os clubes receber uma contrapartida financeira pelos direitos de transmissão? O procedimento metodológico consistiu em uma revisão bibliográfica, análise documental e notícias midiáticas referentes à tentativa de cobrança pela transmissão radiofônica pretendida pelo Clube Atlético Paranaense, em 2008. As considerações apontam para questões acerca do tema com vistas a pensar sobre a coerente ou incoerente gratuidade da transmissão radiofônica integral dos jogos de futebol no Brasil, tendo em vista um evento transmitido e mundialmente assistido como a Copa do Mundo de Futebol realizada no país em 2014.

© 2015 Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte. Publicado por Elsevier Editora Ltda. Todos os direitos reservados.

### KEYWORDS

Soccer;  
Radio broadcast;  
Brazilian law;  
Atletico Paranaense

### The radio broadcast of soccer matches: the gratuitous incoherent sporting spectacle

**Abstract** The media are part of soccer in several respects and is enjoying the returns offered by the preference of the national sport. Problematicize this paper based on the following question: the transmission of soccer matches is a product of radio stations, so the clubs should receive financial transmission rights? The methodological approach consisted of a literature

\* Autor para correspondência.

E-mail: [aninha.cabrall@yahoo.com.br](mailto:aninha.cabrall@yahoo.com.br) (A.P.C. Bonin).

review, document analysis and news media regarding the attempt to charge for radio transmission intended by Atletico Paranaense in 2008. Considerations point to the inconsistency in free radio broadcast of football games and in contradiction to the sovereignty of the FIFA statutes before the law Pele.

© 2015 Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte. Published by Elsevier Editora Ltda. All rights reserved.

## PALABRAS CLAVE

Futebol;  
Programa de rádio;  
Legislação brasileira;  
Clube Atlético  
Paranaense

## La transmisión de partidos de fútbol por la radio: la incoherente gratuidad de un espectáculo deportivo

**Resumen** Los medios de comunicación son parte del fútbol en diversos aspectos y ha llegado a disfrutar de los beneficios obtenidos por la preferencia nacional hacia este deporte. Este artículo se basa en la siguiente pregunta: Si la transmisión de los partidos de fútbol es un producto de las emisoras de radio, ¿deberían los clubes recibir una contrapartida financiera por los derechos de transmisión? El enfoque metodológico consiste en una revisión de la bibliografía, un análisis de los documentos y las noticias de los medios de comunicación en relación con el intento de cobrar por la transmisión radiofónica que en 2008 exigía el Clube Atlético Paranaense. Las consideraciones apuntan a la incoherencia en la emisión radiofónica libre de los partidos de fútbol y en contradicción con la soberanía de los estatutos de la FIFA antes de la ley Pelé.

© 2015 Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte. Publicado por Elsevier Editora Ltda. Todos los derechos reservados.

## Introdução

“*Abrem-se as cortinas do espetáculo*”

Fiori Gigliotti

A transição do amadorismo para o profissionalismo no futebol contribuiu, de maneira bastante significativa, para que houvesse a espetacularização desse esporte. De acordo com [Capraro \(2006\)](#), o futebol se impôs com valores aristocráticos relacionados ao ócio, ao adestramento militar e ao *sportmanship* (cavalheirismo, imparcialidade e lealdade). Ainda segundo o autor:

as camadas menos abastadas da população já tentavam se aproximar dele, um processo que se acentuaria cada vez mais ao longo do tempo. Porém, não era ainda do interesse dos fidalgos que praticavam o *football* a presença de representantes das classes mais pobres nas suas refinadas atividades de lazer ([Capraro, 2006](#) p. 53).

Com o decorrer dos anos e as mudanças sociais, características de um período cada vez mais globalizado e voltado para o mercado consumidor ([Reis, 2006](#)), o futebol passou a ingressar no ramo de espetáculo, tornou-se uma das ferramentas mais rentáveis da indústria do lazer. De acordo com [Ribeiro \(2007\)](#), no início dos anos 1990, por exemplo, o futebol inglês passou a ser organizado em moldes completamente empresariais, aprofundou bastante a relação do esporte com a televisão. Ainda de acordo com o pesquisador, “a espetacularização do futebol é a expressão do papel que a mídia – em especial a televisiva – assumiu nos últimos

anos, mundializando o espetáculo esportivo” ([Ribeiro, 2007](#) p. 53).

Não há dúvidas sobre a importância do papel da mídia enquanto propulsora da espetacularização do futebol, tendo em vista principalmente que ela observou a rentabilidade do esporte, que esse passou a movimentar bilhões de dólares com a organização de competições, venda de jogadores, bem como com o aumento significativo de patrocinadores e investimentos.

Aderindo a essa lógica empresarial, os clubes passaram a agir como empresas dispostas a negociar jogadores, direitos de transmissão, marca etc. Os clubes movimentam cifras que interferem significativamente na economia nacional e internacional. De acordo com Proni e Zaia:

(...) se a gestão profissional do esporte-espetáculo já vinha exigindo uma revisão de mentalidade dos dirigentes, agora o que se impunha era a conversão do time de futebol em empresa capitalista inserida em um mercado regulado, mas bastante competitivo ([Proni e Zaia, 2007](#) p. 22).

Em se tratando de atualidades e relações empresariais, os benefícios têm um sinônimo: acúmulo de capital financeiro. Ao transportar essa lógica empresarial para o artigo aqui descrito, essa relação está presente entre os clubes de futebol e a mídia, haja vista que, mesmo diante da expansão de veículos midiáticos (televisão e *internet*), a transmissão dos jogos de futebol ainda continua bastante usada pela mídia radiofônica. A inserção do esporte como um complexo “econômico-cultural-esportivo-midiático” auxiliou na mercantilização dos clubes de futebol, que, por

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/4085851>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/4085851>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)