

**A TRANSIÇÃO DO ESPORTE MODERNO PARA O ESPORTE  
CONTEMPORÂNEO: TENDÊNCIA DE MERCANTILIZAÇÃO A PARTIR DO  
FINAL DA GUERRA FRIA**

Renato Francisco Rodrigues Marques<sup>1</sup>  
Gustavo Luis Gutierrez<sup>2</sup>  
Marco Antonio Bettine de Almeida<sup>3</sup>

**RESUMO**

*O esporte moderno surgiu no início do século XIX como consequência de transformações sociais. Instaurou-se como importante fenômeno sócio-cultural durante os séculos XIX e XX, sofrendo, no final deste último, grande transformação de seus valores e abrangência. Enquanto a forma moderna deste fenômeno pautava-se no amadorismo e disputas políticas, o esporte contemporâneo surge como fruto de transformações relativas à comercialização da cultura e lazer no período pós-Guerra Fria, que coloca-se como uma versão atual do esporte, apresentado novas características como a heterogeneidade de práticas e comercialização exacerbada, sendo estas os pontos principais de relação dos sujeitos com esse fenômeno.*

**INTRODUÇÃO**

Tem-se, como uma das possíveis interpretações da gênese do esporte moderno a racionalização de jogos populares na Inglaterra, durante o final do século XVIII e início do XIX, motivada pela busca daquela sociedade em restringir o uso da violência e transmitir certos valores morais em práticas de lazer, principalmente nas escolas aristocráticas (ELIAS; DUNNING, 1992).

Como contribuição a inúmeros estudos ligados a esse surgimento e às características sociais, políticas e econômicas do fenômeno esportivo moderno, Guttmann (1978) apresenta sete categorias de conformação deste objeto, sendo elas: Secularidade; Igualdade de chances; Especialização; Racionalização; Burocracia; Quantificação e Recordes.

Nesse sentido, tem-se o fenômeno moderno, que até o final do século XX se espalhou pelo mundo como uma forma de cultura universal, com regras padronizadas e normas de conduta que pautavam-se na competição entre indivíduos e entidades representativas.

Porém, assim como outros objetos, o esporte sofreu e sofre transformações constantes em sua história de acordo com mudanças no meio social, o que colaborou para formar o fenômeno que se apresenta na sociedade contemporânea. Considerando seus mais de dois séculos de vida, torna-se possível afirmar que o esporte de hoje se diferencia em inúmeros aspectos do esporte moderno, gerado no século XIX e que se consolidou principalmente durante o século XX.

Este trabalho tem como objetivo delimitar o fenômeno esportivo atual, nomenado-o de esporte contemporâneo. Procura diferencia-lo do fenômeno moderno,

---

<sup>1</sup> Doutorando da Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP / Fundação Municipal de Ensino Superior de Bragança Paulista – FESB.

<sup>2</sup> Professor Titular da Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP.

<sup>3</sup> Doutor em Educação Física pela Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP.

através de análise de sua história e suas principais características: a heterogeneidade quanto a formas de manifestação e a mercantilização de seus símbolos e objetos.

### **A CONFORMAÇÃO DO ESPORTE CONTEMPORÂNEO**

As transformações sofridas pelo esporte moderno, no sentido de conformação do fenômeno contemporâneo foram graduais, tanto através de mudanças de paradigmas, seguindo tendências da sociedade, quanto por marcos históricos. Tais mudanças começaram a ocorrer de forma mais significativa após a Segunda Guerra Mundial, no qual o uso político, a popularização, mundialização e espetacularização desse fenômeno tomaram maiores proporções e tiveram seu ápice no final da Guerra Fria.

No início 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 e surgimento de um fenômeno sem precedentes, como no século XIX. Essa modificação resultou de adaptações do fenômeno moderno a novas configurações sociais, gerando um objeto diferente. O esporte contemporâneo se faz herdeiro do esporte moderno quanto à sua identidade como campo social (campo esportivo), porém, autêntico quanto às suas formas de manifestação e a seus símbolos, signos e objetivos.

Nesse período de transição, o esporte tomou importância em âmbito político, devido sua capacidade de comparações de performances e de enfrentamento entre nações. Além disso, algumas de suas características facilitaram seu uso por parte dos Estados (BRACHT, 1992): Regras de fácil compreensão e resultado imediato; Regras universais; Possibilidade de identificação com o coletivo; Representação nacional via a comparação de rendimentos e sucesso da nação; É um espelho da respectiva concepção de valores já existente na sociedade capitalista atual.

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 moderno 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 e pautada em normas universais. Como exemplo disso, tem-se a organização das Olimpíadas de Berlim, em 1936. No caso, notava-se a destacada intenção do estado nazista em 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 mudou com o incremento de seu uso pelos governos e conseqüente aumento da divulgação (TUBINO, 1992).

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 frente 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 (WADDINGTON, 2006). 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.

“O esporte (...) transformou-se numa extensão da competição política, militar e econômica que caracterizou relacionamentos entre os superpoderes e seus blocos associados” (WADDINGTON, 2006, p. 29).

Nesse panorama, com a entrada da União Soviética nos Jogos Olímpicos (1952, em Helsinke, Finlândia), e com o aumento do financiamento a modalidades olímpicas por parte dos Estados Unidos, o investimento dos estados no esporte aumentou de forma substancial (TUBINO, 1992). 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 que 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. Porém, também abriu possibilidades de novas formas de manifestação, devido às diferentes incorporações desse fenômeno por inúmeras formas de cultura.

O uso ideário-político 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 das proporções 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.

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 entre marcas e fornecedores, que financiam o espetáculo e direcionam o sentido das disputas.

[...] a metamorfose dos Jogos Olímpicos parece se completar: 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, p. 131).

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, 2007).

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, por ser tida como positiva e unificadora dos povos, atrai o interesse de prática de muitas pessoas de diferentes culturas.

O crescimento da globalização e hegemonia do mercado capitalista conduzem o esporte a um modelo atual mais unificado de organização, que se faz voltado prioritariamente à comercialização, disseminação e divulgação das práticas esportivas,

através da heterogeneidade de práticas e aumento do contato dos indivíduos com o esporte devido às diversas formas de manifestação desse fenômeno.

Sendo um fenômeno ligado a práticas de lazer tanto como forma de atividade amadora, quanto como espetáculo para ser consumido, o esporte se submeteu a um 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 Guerra Fria que esse movimento se intensifica e toma proporções de produto a ser consumido em diversos campos da sociedade (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 alternativas de prática e aproximação dos sujeitos ao universo esportivo, estando ligadas no mundo atual a ideais de promoção da saúde, valores educacionais, inclusão social e diversão, entre outros. Por isso, nota-se interesse sobre as 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.

Devido ao crescimento do processo de mercantilização, o esporte em muitos momentos passa a ser objeto voltado ao consumidor. Com a privatização de espaços e equipamentos de lazer, não só se modificam os hábitos esportivos da população como são criados novos mercados (PRONI, 1998).

Observa-se também, nessa mesma lógica, a substituição do movimento associacionista, 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 frente ao mercado de ofertas de possibilidades através da compra de espaços/oportunidades/condições para a atividade esportiva. As pessoas, ao invés de produzirem sua própria prática no clube, na sua associação, no seu espaço, simplesmente a compram, transferindo a outros sujeitos a responsabilidade de gerir e construir as condições para sua realização (BRACHT, 1997).

Nesse processo, o esporte contemporâneo se caracteriza como um fenômeno heterogêneo ligado ao mercado, no qual suas práticas, voltadas ao lazer, à educação formal e ao alto rendimento, acabam se associando com giro de capital, ou sofrem 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 associadas a essa tendência de expansão do esporte contemporâneo, a massificação e a democratização do 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. 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 através 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, ruma num sentido hegemônico de encarecer a prática e os

produtos associados à mesma, a partir da criação de hábitos e necessidades vinculadas 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.

A mercantilização do esporte contemporâneo se apresenta sob diversos aspectos, sendo 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 esse processo, difundindo uma cultura esportiva de consumo.

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 a 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 à reuniões de sujeitos homogêneos socialmente (MARCHI JR, 2006). Ao profissionalizar-se, o esporte mudou seus interesses amadores de diferenciação social num sentido de ser um fenômeno que transcende barreiras sociais visando o aumento do próprio consumo.

## **O ESPORTE-ESPETÁCULO COMO FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS**

Surge nesse panorama o esporte-espetáculo comercial, que é o resultado da descoberta de que o esporte pode ser um produto rentável, a partir da relação deste com os meios de comunicação (TUBINO, 1992). Engloba desde o alto rendimento espetacularizado até a criação e comercialização de produtos voltados a praticantes de lazer.

O esporte-espetáculo tem três traços mais elementares (PRONI, 1998, p. 85):

- Competições esportivas organizadas por ligas ou federações que reúnem atletas submetidos a esquemas intensivos de treinamento (no caso de modalidades coletivas, a disputa envolve equipes formalmente constituídas);
- As competições esportivas tornaram-se espetáculos veiculados e reportados pelos meios de comunicação de massa e são apreciados no tempo de lazer do espectador;
- A espetacularização motivou a introdução de relações mercantis no campo esportivo, seja porque conduziu ao assalariamento de atletas, seja em razão dos eventos esportivos apresentados como entretenimento de massa passarem a ser financiados através da comercialização do espetáculo.

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



É preciso ter claro que o esporte-espetáculo não se limita somente às competições de alto rendimento, profissionalizadas, mas também exerce influência em manifestações esportivas amadoras, através do 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 ou no consumo cotidiano de bens que se promovem através do esporte. Através do esporte tornou-se possível comprar sensações não vivenciadas no cotidiano, principalmente em meios urbanos, apresentando a característica “elisana” de *catarse* junto a esse fenômeno (MARQUES, 2007).

A estruturação das manifestações contemporâneas do esporte está pautada em princípios que regem a concepção de mercados de bens, serviços e entretenimento (MARCHI JR, 2006). 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. 90):

- *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 exibições profissionais e produtos vinculados ao esporte-espetáculo;
- *Esportista-praticante*: o amador 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 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.

## **DIFERENÇAS DE TRANSMISSÃO DE VALORES MORAIS E O CARÁTER HETEROGÊNEO DO ESPORTE CONTEMPORÂNEO**

No universo esportivo atual nota-se uma mudança dos valores morais, principalmente ligada ao uso do corpo no esporte moderno, sendo este visto como uma

máquina, um objeto voltado ao alcance do progresso infinito. No esporte contemporâneo existe uma preocupação com a visão de corpo como parte constitutiva de um homem integral. Nota-se essa transformação, por exemplo, na mudança do paradigma pedagógico frente 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 freqüentemente abordados. Há, hoje em dia, uma maior preocupação com a educação para o esporte, voltada a possibilitar a prática de forma interessante e prazerosa para a criança, buscando incorporá-la em seu estilo de vida, independente de ela se tornar atleta ou não.

De forma paralela ao consumismo, nota-se a transmissão de valores ligados à compreensão e criticidade a respeito da espetacularização pela qual passa esse fenômeno, seus pontos positivos e negativos, visando formar cidadãos críticos e autônomos frente às manifestações esportivas contemporâneas e seus apelos ao consumo, que saibam utilizar o universo esportivo de forma positiva para sua vida (MARQUES, 2007).

É possível perceber que pensadores do esporte preocupam-se, nos tempos atuais, em buscar alternativas para que a prática, principalmente na escola e a de lazer, sejam positivas em relação a valores transmitidos e formas de atividade física presentes no estilo de vida dos indivíduos de nossa sociedade.

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 à inclusão, como educação ou promoção de saúde.

Por tudo isso é possível assumir que a ética educacional do esporte contemporâneo se apóia na diversidade de manifestações, a preocupação sobre os valores transmitidos e a criticidade e autonomia frente ao seu consumo.

É possível separar o esporte contemporâneo em atividades orientadas para o mercado e atividades sem finalidades econômicas, porém, com íntima relação entre eles (PRONI, 1998). Essa ligação se dá no 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.

Nota-se, no esporte contemporâneo, além da valorização do alto rendimento, profissional e gerador de recursos econômicos, a presença de outros dois ambientes de práticas, que podem estar susceptíveis ou não a valores do esporte oficial, mas que permeiam as relações entre os sujeitos de diferentes origens e o fenômeno esportivo: o esporte de lazer (não-profissional) e o esporte escolar (pautado num projeto pedagógico e vinculado à educação básica) (MARQUES, 2007).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Se por um lado, a expansão, divulgação e heterogeneização ampliam as fronteiras do esporte, tornando-o mais acessível, por outro, esse crescimento também amplia a esfera de possíveis consumidores desse fenômeno. 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.

No mundo contemporâneo o acesso ao esporte se faz facilitado em relação ao esporte moderno, principalmente por causa de sua mercantilização e divulgação, e de seu uso para ações sociais. Portanto, o esporte contemporâneo se configura como um fenômeno diferente do esporte moderno devido sua capacidade mercadológica potencializada, a heterogeneidade de práticas apresentadas através de suas inúmeras formas de manifestação, o convívio entre o culto e o questionamento a valores e exacerbações do alto rendimento e a relação complexa entre esses fatores.

## **REFÊRENCIAS**

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

ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. **A busca da excitação**. Lisboa: Difusão editorial, 1992.

GUTTMANN, Allen. **From ritual to record: the nature of modern sports**. New York: Columbia University Press, 1978.

MARCHI JR, Wanderley. Como é possível ser esportivo e sociológico? In: GEBARA, Ademir; PILATTI, Luis Alberto (orgs). **Ensaio sobre história sociologia nos esportes**. Coleção Norbert Elias, v.2, Jundiaí: Editora Fontoura, 2006, p.159-195.

MARQUES, Renato Francisco Rodrigues. **Esporte e Qualidade de Vida: reflexão sociológica** (2007). Dissertação de mestrado. Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

PRONI, Marcelo Weischaup. **Esporte-espetáculo e futebol-empresa**. (1998). Tese de doutorado. Faculdade de Educação Física da UNICAMP, Campinas, 1998.

TUBINO, Manoel José Gomes. **Dimensões sociais do esporte**. São Paulo: Cortez/Autores Associados, 1992.

WADDINGTON, Ivan. A história recente do uso de drogas nos esportes: a caminho de uma compreensão sociológica. In: GEBARA, Ademir; PILATTI, Luiz Alberto (orgs). **Ensaio sobre história e sociologia nos esportes**. Jundiaí: Fontoura, 2006. p. 13-43.