

# Da Fábrica ao Campo, Vender Tecido e Vender Espetáculo: Tecendo os Fios da História de um “Casamento Feliz”<sup>1</sup>

Sérgio Dorenski Dantas Ribeiro<sup>2</sup>

Centro de Desportos da Universidade Federal de Santa Catarina

Orientador: Giovani De Lorenzi Pires<sup>3</sup>

Centro de Desportos da Universidade Federal de Santa Catarina

## RESUMO

Este estudo analisa o fetiche produzido pela mercadoria esporte, a partir de uma situação concreta: o surgimento de um Clube de Futebol de Fábrica (Associação Desportiva Confiança) na cidade de Aracaju/SE no ano de 1949. Tendo como matriz teórica o materialismo histórico e a crítica à economia política, parte do conceito de mercadoria e de sua metamorfose analisando o esporte em suas várias dimensões de entendimento na modernidade e na sua aproximação com a mídia quando esta media o seu espetáculo. A metodologia configura-se numa abordagem qualitativa, partir do método dialético, cujo os procedimentos para a coleta de dados incluem a captura em jornais, com recortes no período de 1949 a 1970 e entrevistas. A interpretação dos dados realiza-se por meio da análise de conteúdo e que já aponta alguns resultados preliminares, como o caráter mercadoria e espetáculo do esporte.

Palavras-chave: Fetiche; Mercadoria; Esporte; Indústria Cultural; Mídia

Corpo do Trabalho:

## INTRODUÇÃO

*Ela está no horizonte.  
Me aproximo dois passos,  
ela se afasta dois passos.  
Caminho dez passos  
e o horizonte foge,  
dez passos mais distante.  
Por mais que eu caminhe  
nunca a alcançarei.  
Para que serve a utopia?  
Para isto serve:  
PARA CAMINHAR*

(Eduardo Galeano – UTOPIA - As Palavras Andantes)

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 18-Comunicação e Esporte, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

<sup>2</sup> Professor Licenciado em Educação Física com vínculo no Departamento de Educação Física da Universidade Federal de Sergipe, Especialista em Metodologia do Treinamento Desportivo, Mestrando no Curso de Pós-graduação em Educação Física da UFSC. Membro do Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva.

<sup>3</sup> Professor Adjunto do DEF/UFSC, Coordenador do Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva.

A investigação científica traz consigo, uma carga de determinantes – rigores epistemológicos e metodológicos, bem como seus instrumentos de apreensão da realidade – que envolve seus agentes (pesquisadores e pesquisados) numa dimensão de extrema objetividade que muitas vezes nos cegam diante da simplicidade e complexidade da vida humana. Ora, mas para que serve então a pesquisa? Talvez encontremos, no poema de Eduardo Galeano, respostas para esse nosso caminhar científico, uma Utopia que se torna inatingível, mas que nos possibilita viver caminhando.

É com essa perspectiva que analisaremos nosso objeto de estudo, que montaremos, como se fôssemos arqueólogos, nosso saber acerca do fenômeno estudado, que se configura na formação de um clube de fábrica. Entendendo que nossa Utopia não se trata de um sonho impossível, mas é a nossa possibilidade de conhecer, de descobrir, de um vir a ser. Neste sentido, nossa caminhada inicia a partir de uma preocupação que se originou em um estudo monográfico<sup>4</sup>, em que se observou uma força poderosa que dispunha um determinado esporte – o futebol -, assumindo a hegemonia em relação aos agentes sociais que então, construíam a história de um clube de fábrica e que o levou a um lugar de destaque no cenário do futebol sergipano.

Este foi o primeiro passo para compreender as relações de trabalho e capital que se materializam no mundo esportivo espetacularizado e principalmente, para entender o processo de mercadorização a que está submetido o homem no sistema capitalista, em todas as suas dimensões, seja na fábrica, no clube, no lazer. Sendo Assim, aqui há um convite para que possamos discutir as facetas produzidas pelo esporte na modernidade, a partir de seu fetiche, numa situação concreta, real e particular, o surgimento de um clube de fábrica, a Associação Desportiva Confiança - da fábrica de tecidos Confiança de Aracaju-SE. Caminhando em uma perspectiva crítica, de enfoque dialético e abordagem qualitativa, descreveremos o fenômeno esportivo nas dimensões científicas de pesquisa social, numa relação inseparável entre sujeito e objeto.

---

<sup>4</sup>RIBEIRO (1997), Amadorismo/Profissionalismo: suas relações com trabalho na história de clube de fábrica – Monografia de final de curso, no Departamento de Educação Física da Universidade Federal de Sergipe - explica a relação de trabalho e capital no âmbito da formação de um clube - Associação Desportiva Confiança (ADC) - materializada no esporte.

Portanto, faz-se necessário expor a problematização que se configura o nosso objeto de estudo, determinando assim, o objetivo central desta investigação<sup>5</sup>. Bem como abrir uma discussão preliminar acerca de uma base conceitual para compreender/apreender (teórico-metodologicamente) este objeto.

### Contextualizando o Problema

*O que se vê quando assistimos a um grande espetáculo esportivo? Ou melhor, o que estar por trás do fenômeno esportivo numa sociedade capitalista e de classes?* Este problema inicial convida-nos a uma investigação científica, no sentido de desmascarar as faces encobertas da mercadoria que se materializam na espetacularização esportiva. Pois, movidos por um movimento sedutor, ao assistirmos um espetáculo esportivo, somos transportados para um mundo que manifestam gostos, prazeres seduções, etc, desde seu agendamento prévio, passando pela sua transmissão completa - com início, meio e fim - e continuando com a falação esportiva, após o jogo. No entanto, toda essa relação de necessidades "criadas", substancialmente, representa a materialização ideológica do contexto socioeconômico capitalista<sup>6</sup>, que entrelaçadas ao rearranjo da ordem econômica de manutenção do capital internacional monopolista - Globalização<sup>7</sup> - determinam mudanças significativas nas relações socioculturais, atendendo assim, a uma ótica de mercado. Neste aspecto, Pires (1997), convida-nos para reflexão, no sentido de que a cultura esportiva, movida pelos interesses do capital globalizado, pode acarretar mudanças nas práticas culturais de movimento, socialmente construídas. Entende-se então, com base no pensamento do autor, que este é um caminho a ser observado em nossa problemática.

---

<sup>5</sup> Este estudo constitui-se parte do projeto de dissertação de mestrado, no curso de Pós-graduação da UFSC. Trata-se de um estudo ainda em andamento.

<sup>6</sup> HOBBSAWN (1997) - A era do capital - explicita que, com o capitalismo, institui-se também a incorporação de sua ideologia a partir da classe burguesa. Ou seja, um novo mundo do ciclo do comércio, acreditando que o crescimento econômico repousava na competição, da livre iniciativa privada, no sucesso de comprar tudo no mercado mais barato e vender no mais caro.

<sup>7</sup> BOLAÑO (1999) – Globalização e regionalização da comunicações.

Ver também os níveis distintos e sua coesão, da globalização (Jameson, 2000 p.17-41);

BELLONI (2001) - Explica que num período de globalização "Já ninguém duvida que os avanços tecnológicos não ajudaram a diminuir o tempo de trabalho de cada ser humano [...] eles tendem a aumentar a cadência dos processos de produção, obrigando os trabalhadores, a, literalmente, correrem atrás das máquinas. Embora a jornada de trabalho venha sendo diminuída legalmente na maioria dos países e em quase todos os setores da economia, as diferentes aplicações das mais atualizadas tecnologias de informação e comunicação, TIC, [...]conseguem estender não apenas o tempo de trabalho, mas também seu espaço, alcançando o trabalhador em sua própria casa, invadindo a esfera privada da sociedade e o tempo livre dos indivíduos". (p. 86).

Neste sentido, a pergunta de partida acima formulada - que constitui nosso problema - ajuda-nos a estabelecer um fio condutor, tendo o cuidado, como alerta Quivy (1998), de não pretender contemplar, com isso, a totalidade da investigação, mas, sobretudo, refletir uma preocupação do ponto de vista científico, no sentido de buscar uma explicação para um dado fenômeno - o esportivo - que no seio da sociedade moderna, no seu fetiche, assumindo a forma peculiar de mercadoria, atrai e fascina os homens, conduzindo-os ao seu consumo.

A história que representa a introdução e hegemonia do futebol no clube de fábrica (Associação Desportiva Confiança)<sup>8</sup>, partir do ano de 1949, é no mínimo fascinante. Ganhando todos os jogos e torneios, montando a melhor equipe de futebol (contratando os melhores jogadores do Estado), ganha o slogan “já nasceu grande”, como se fosse um *espectro* que assombrava o cenário do futebol sergipano à época. Este fato leva a naturalizar esses acontecimentos históricos, embriagados pela paixão ao futebol. No entanto, há por trás do simplesmente aparente uma dimensão complexa e contraditória nas relações de trabalho e capital e na luta de classes, pois, este fenômeno dá-se no seio de uma fábrica, onde a perspectiva capitalista para a obtenção do lucro, constitui-se o eixo central de interesses daqueles que detém o capital. Assim, a pergunta inicial a qual propomos tenta representar, na nossa investigação, aquilo que se pretende exprimir sobre a realidade e o fenômeno em questão, uma meta que procura um alvo, mas como expressa na letra da música de Paulinho Moska (a seta e o alvo), “*é a meta de uma seta no alvo, mas o alvo, na certa não te espera, então me diz qual é a graça de já saber o fim da estrada quando se parte rumo ao nada*”.

Neste sentido, não partimos rumo ao nada, mas, tendo como meta espantar-se frente aos fenômenos (como o esporte) que lhe aparecem e não naturalizar as relações sociais que estão imbricadas na formação e criação de um clube de futebol de fábrica. A partir da sociologia crítica do esporte, percebe-se os valores que são dados ao esporte, na sociedade capitalista, numa perspectiva de torná-lo um bem dotado de valor de troca, incorporando-se ao capital, que faz dele um instrumento de geração e ampliação do lucro. Nesta perspectiva, o esporte vê-se configurado em mercadoria e espetáculo, para atender aos interesses diversos e antagônicos, nas relações sociais entre os homens.

---

<sup>8</sup> [www.confiancase.hpg.ig.com.br](http://www.confiancase.hpg.ig.com.br)

Vê-se que a partir da Revolução Industrial (marco fundamental para o esporte, devido a sua relação com a sociedade industrial moderna<sup>9</sup>), esta configuração - do mundo da mercadoria - passa a ser feita em larga escala, ampliando assim, o processo de troca e com isso, uma nova estruturação do mundo do trabalho passa a incorporar o processo alienante na produção dos bens, revolucionando o modo de produção, num processo contínuo de dominação, forçando<sup>10</sup> uma grande mudança na relação do homem com a natureza, para produzir sua existência, ou seja, uma grande mudança no trabalho, obedecendo a ordem de um deus, o Capital.

Entende-se que mesmo num tempo onde alguns autores propõem que chegamos na pós-modernidade<sup>11</sup>, onde a produção em massa de mercadorias e o trabalho foram substituídos pela flexibilização do trabalho como explicita Silva (2003), e ainda, como explica Belloni (2001, p.87), que "o homem continua, mesmo durante o tempo de não-trabalho, obedecendo à lógica da produção econômica, ou seja, a uma racionalidade instrumental que o instrumentaliza enquanto trabalhador e enquanto consumidor", é crucial estabelecer um elo entre o período industrial moderno e a sua correlação com o esporte, simplesmente pelo fetiche provocado pelas relações econômicas, na produção da existência<sup>12</sup>, numa sociedade capitalista tão efêmera e contraditória como a nossa, que assim, desumaniza o ser social ante o objeto, coisificando o homem. Para Silva (2003, p.40), "a dinâmica de destruição e exclusão social patrocinada pelos gestores do capital internacional como o FMI e o Banco Mundial, atinge tanto crianças e jovens, quanto grande contingente da classe trabalhadora constituída de adultos e velhos". É nesta perspectiva que queremos analisar as relações sócio-econômicas que se materializam no esporte, desde a criação de um simples clube de fábrica à consolidação hegemônica do esporte tele-espetáculo<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> BRACHT (1997, 1989); BELLONI (2001), explica que "o desenvolvimento e a crescente importância dos esportes-espetáculo, estão historicamente relacionados com o progresso da produção industrial de massa e com o avanço técnico e científico".(p, 95)

<sup>10</sup> Utiliza-se esta expressão, por entender que, com o capitalismo industrial, o trabalhador não tem outra opção do que vender a sua força de trabalho para subsistir. Pois, constitui-se um período histórico onde se mercantiliza a força de trabalho.

<sup>11</sup> Pretende-se investigar essa conceituação a partir dos estudiosos FREDRIC JAMESON, PERRY ANDERSON.

<sup>12</sup> MARX & ENGELS (1996) - o trabalho é condição necessário para o homem fazer história.

<sup>13</sup> BETTI (1998) entende que não cabe mais considerar a expressão apenas de esporte espetáculo, pelo fato de sua evolução tecnológica, apoiado na mídia (Televisão) e preparado para o consumo de telespectadores. No entanto, para este estudo, a conceituação esporte espetáculo será mais determinante devido ao período de análise (1949-1970).

Nesta perspectiva de análise sobre as características pertinentes ao esporte-espetáculo, nos dias atuais e também a partir da problemática em que se localiza nosso objeto de estudo, evidencia-se a sua relação com o processo de comercialização, pois o mesmo tende a transformar-se em mercadoria. Esta é produzida para venda (possuindo um valor de troca) constituindo-se assim, numa mercadoria útil, ou seja, com um valor-de-uso, consumida por uma massa de espectadores. Para Belloni (2001, p. 96), "[...], o que corrompe o esporte e degrada a natureza do jogo, não é tanto o profissionalismo ou a competição, mas a desintegração das convenções que os estruturam socialmente, o que acarreta sua banalização. Assim, o ritual, o teatro e o esporte degeneram em espetáculo".

Neste sentido, numa lógica de mercado, o esporte espetáculo insere-se na Indústria Cultural e na Indústria do Entretenimento, que para Jameson (2001) significa uma das exportações mais rentáveis dos Estados Unidos, juntamente com a indústria de alimentos e armas. Compreende-se então, numa análise elaborada por Bolaño (1999, p.83-84),

Marx, obviamente, não dispunha de elementos para prever o surgimento e a expansão da produção capitalista de cultura que, no século XX, passa a ser feita em larga escala. O fato é que, desde sua implantação, a lógica do capital extrapola progressivamente o campo da produção material e invade todos os setores da vida. Com a indústria cultural, o capital se alça à superestrutura e a própria produção cultural adota a forma mercadoria.

Na ideologia consumista moderna, para a qual a Indústria Cultural contribui, o novo já nasce velho. Parece-nos que "nada deve ficar como era, tudo deve estar em constante movimento. Pois só a vitória universal do ritmo da produção e reproduções mecânica é garantia de que nada mudará, de que nada surgirá que não se adapte" (Adorno & Horkheimer, 1985, p.115). Neste sentido, a Indústria Cultural aperfeiçoou o feitio das mercadorias, fazendo materializar-se aquilo que é não-material, sob a condição de um produto e, nesta configuração, o esporte como um fenômeno cultural, produzido e criado historicamente pela humanidade, aparece e cristaliza-se numa relação comercial de compra e venda.

Entende-se que este é um fato fundamental em nossa problemática, até por que, como diz Jameson (2001), o capitalismo de hoje encobre o misterioso brilho da mercadoria, mas depende de uma lógica cultural, de uma sociedade de imagens voltadas para o consumo. Neste sentido, este é um argumento que se considera, principalmente porque a estrutura e a função

do sistema capitalista na obtenção do lucro marcam a ordem e o modo de produção na atual conjuntura de globalização. Diante deste contexto a que se entrelaça o objeto de pesquisa, encontramos uma indústria nova, disposta a comercializar tudo e a todos pelo princípio da troca, assim pode-se comprar a honra, a dignidade, pode inclusive, espetacularizar<sup>14</sup> a morte, ou seja, como previam Marx e Engels (1980, p.12), tudo vira fumaça para compor o combustível do capitalismo: "tudo que era sólido e estável se esfuma [...]".

Estas inquietações aqui levantadas, que constituem parte de nossa problemática, fazem emergir o problema, convidando-nos a refletir sobre as facetas que se configuram na estrutura capitalista de produção e como elas estão imbricadas na formação de um clube de fábrica. Lazer, amor ao esporte, marketing empresarial, ocupação do tempo livre, produção da existência, etc., que segredo esconde este fetiche?

### Objetivo Geral

O objetivo a que se propõe este estudo é analisar o fetiche da mercadoria materializada no esporte, a partir de uma situação concreta: o surgimento de um clube de fábrica.

Neste sentido, a partir deste objetivo e relacionando-o com a problemática deste estudo, cogita-se a relação do esporte como rendimento e espetáculo que se manifesta na comercialização dos produtos produzidos e veiculados por ele, tornando assim, atrativo aos olhares dos proprietários do capital com aval e participação financeira do Estado<sup>15</sup>, principalmente, num período de realização de jogos olímpicos que, culturalmente, na realidade brasileira verifica-se um deslocamento de sua realidade concreta para o imaginário social. Segundo Azevedo<sup>16</sup> (2001), o futebol provoca uma intensa presença no imaginário popular e que os grandes atletas, chegam a figura de heróis nacionais.

---

<sup>14</sup> DEBORD (1997) - "A sociedade do espetáculo" - Nesta pesquisa haverá durante todo processo de construção, relações em forma de metáforas, com esta obra devido sua importância com o nosso objeto de pesquisa.

<sup>15</sup> [www.esporte.gov.br](http://www.esporte.gov.br) - No atual governo, há uma Política Nacional de Esporte onde verifica-se as várias faces do processo de apropriação social do fenômeno esporte, envolvendo as características de: 1 - Esporte social (como instrumento de inclusão social); 2 - Esporte educacional (complementa à atividade escolar); 3 - Esporte de alto rendimento (esporte competitivo, produzir atletas e 4 - Recreação e lazer. Além dos Programas "Esporte e Lazer da Cidade", "Segundo Tempo" (acesso às práticas esportivas nos estabelecimentos públicos de educação no Brasil). Uma crítica pertinente aos processos de apropriação social do esporte é feita por Pires (1998).

<sup>16</sup> AZEVEDO & REBELO (2001) - "A corrupção no futebol brasileiro " - Expõem sobre a corrupção no futebol brasileiro a partir do Relatório Final da Comissão Parlamentar de Inquérito da Câmara dos Deputados, que investigou as relações entre a CBF e a NIKE.

PIRES & SILVA (2001) - A "bolha" estourou! E daí? O Brasil é penta! - explicam a crise financeira do mercado que relaciona futebol e empresa midiática.

## Justificativa

No instante em que se pensa a relevância deste estudo, paira sobre esta perspectiva uma preocupação no sentido de que se trata de um tema já discutido, com muitas produções<sup>17</sup> e, portanto, sem maiores relevâncias no contexto da Educação Física Brasileira. No entanto, quando se analisa um fenômeno (como o esporte) perpassando pelas suas bases epistemológicas, pedagógicas e políticas aqui enunciadas, percebe-se o quanto ainda teremos que discutir, ou seja, vê-se o quanto é importante manter sempre o diálogo aberto para a contradição que envolve um fenômeno social.

Neste aspecto, no âmbito da pesquisa, principalmente, no Estado de Sergipe, tem havido um distanciamento de uma discussão mais aprofundada sobre o esporte, principalmente no aspecto crítico. Ora, estudo como este, que expõe o fenômeno em suas contradições e conflitos, que trata com os sujeitos (pesquisador e pesquisados) históricos, que destaca a categoria trabalho, entendendo trabalho como processo produtivo, como a forma que o homem tem de se relacionar com a natureza, transformando-a e adequando-a às suas necessidades, ou seja, necessário na produção da existência, enfim, um estudo como este pode constituir-se num instrumento para o debate amplo e interdisciplinar, seja no âmbito acadêmico, na filosofia, sociologia, seja na sociedade, principalmente no tocante às políticas de esporte promovidas pelo setor público. Este é um aspecto que representa a relevância social a qual a pesquisa está submetida, ou seja, possibilitar à Educação Física e a sociedade uma discussão sobre as faces encobertas pelo fetiche do esporte.

A partir de uma leitura crítica, percebe-se o quanto a sociedade capitalista se apropria dos valores humanos, construídos historicamente, transformando-os em mercadorias, usufruindo dessa relação de troca, sem que o homem se perceba enquanto produtor e nem reconheça os objetos produzidos por seu trabalho. Por isso, considera-se que este estudo poderá ser de vital importância para uma discussão e reflexão no seio de uma sociedade.

---

<sup>17</sup> Em relação à discussão sobre o esporte-espetáculo, o processo de mercadorização, futebol de fábrica e Indústria Cultural, Esporte e Mídia encontramos muitos trabalhos como: Souza (1991) - Esporte-espetáculo: a mercadorização do movimento cultural humano (dissertação Mestrado/UFSC); Marchi Júnior (2002) - "Sacando" o o Voleibol: do amadorismo à espetacularização da modalidade no Brasil (tese de Doutorado/UFPR); Bracht (1997) - Sociologia Crítica do Esporte; Mara Cristian (1995) - Esporte & Sociedade; Antunes (1994) - O futebol nas fábricas; Bruni (1994) - Dossiê Futebol; Betti (1997 & 1998) - Violência em Campo & Janela de Vidro; Pires (2002) - Educação Física e o Discurso Midiático e muitos artigos publicados nas Revistas do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte, Motrivivência/UFSC, Revista USP, Motriz/UNESP, Revista de Educação Física/UEM-PR e outras.



Principalmente, por hoje estarmos vivendo numa campanha da volta da obrigatoriedade do esporte na escola<sup>18</sup>, sobre o pressuposto da melhoria da qualidade de vida, saúde, da fuga das drogas etc.. No entanto, verifica-se que o esporte tem funções bem determinadas no âmbito das empresas privadas que oferecem ensino, em que seu caráter geralmente serve para veicular o nome da empresa - funcionando como um marketing<sup>19</sup> - descaracterizando sua função educacional. Também, por estarmos num período de Olimpíadas, onde os sonhos são fantasiados na figura dos “mitos” – atletas<sup>20</sup> – do esporte, encobrando assim, a partir do fetiche produzido por este símbolo, os valores/interesses de ordem do capital, que perpassam por este grande evento esportivo mundial.

### Discutindo Conceitos que Envolvem o Esporte

Pretende-se então, caracterizar os aspectos da mercadoria e seu fetiche e como o esporte transforma-se nela, sendo apropriada pelo sistema capitalista, a partir do processo da Indústria Cultural, sendo mediador deste processo, a Mídia. Também, fundamentalmente, serão discutidas as características do trabalho numa relação indissociável na produção da mercadoria esporte-espetáculo.

Estrategicamente, faremos do esporte o grande debatedor e mediador destes conceitos, ou seja, o esporte transformando-se em mercadoria, na relação com a Indústria cultural e a Mídia. Portanto, apesar de metodologicamente, haver sub-divisões temáticas, não se tratará de uma perspectiva linear e fragmentada, pois, o esporte será sempre o eixo central das reflexões propostas.

### Contextualizando o Esporte Moderno: Idealização, Materialização e Venda

---

<sup>18</sup> [www.esporte.gov.br/secretarias](http://www.esporte.gov.br/secretarias) - Vê-se claramente o papel do Estado nesta iniciativa, seja em programas de incentivo ao esporte de rendimento, seja em programas de inserção no âmbito escolar.

<sup>19</sup> RIBEIRO & SANTANA (2000), DANTAS (2002) - Estudos de pesquisa no âmbito da Disciplina Basquetebol I e Monografia de Final de Curso, respectivamente, na Universidade Federal de Sergipe, apontam para esta reflexão.

<sup>20</sup> Claudio Szykier - Carta maior Agência de Notícias Email: fale\_agencia@cartamaior.com.br - " Dos Santos, do Brasil - Por que Daiane dos Santos é o novo fetiche da Globo?" - Análise sobre imagem, auto-estima nacional e ficção revela detalhes interessantes sobre essa adoção.

Em toda a parte onde a propriedade for um direito individual, onde todas as coisas se medirem pelo dinheiro, não se poder jamais organizar nem a justiça nem a prosperidade social, a menos que denomineis justa a sociedade em que o que há de melhor é a partilha dos piores, e que considereis perfeitamente feliz o Estado no qual a fortuna pública é a presa de punhado de indivíduos insaciáveis de prazeres, enquanto a massa é devorada pela miséria (More, 2000, p.49).

Talvez, esse alerta feito por Thomas More em 1516, sirva de reflexão, pois, já indicava um problema no tocante à valorização da vida humana, ou seja, das relações sociais, dos valores humanos como a dignidade, a ética, a cultura, etc., numa dada sociedade, estarem sendo medidos pelo dinheiro. Intenciona-se então, iniciar este capítulo com esta citação para perceber que, cinco séculos depois, essa medida de valor continua viva e parece-nos uma citação atual ao momento histórico que vivemos. É claro que nosso corte epistemológico e metodológico, dar-se a partir da Revolução Industrial no entanto, nunca é demais reacender, a partir de sua crítica, a chama da "Utopia".

Numa leitura a partir da sociologia do esporte, é quase inevitável não relacionar o mundo moderno industrial na sociedade capitalista e o esporte<sup>21</sup>, justamente por que neste, o caráter hegemônico da cultura corporal de movimento<sup>22</sup> manifesta-se mais dominante de que qualquer outra construção cultural de movimento humano e com isso, conecta em seu interior, a ideologia da produção capitalista.

Neste sentido, Bracht (1997 p.5), explicita que “o termo esporte<sup>23</sup> refere-se a uma atividade corporal de movimento com caráter competitivo surgida no âmbito da cultura européia por volta do século XVIII como fruto da Revolução Industrial e que com esta, expandiu-se para todos os cantos do planeta”. Entende-se que há vários conceitos acerca do esporte, principalmente como uma manifestação cultural, no entanto, pretende-se perseguir este conceito pela relação com a sociedade industrial moderna, que modifica as relações de trabalho e fundamentalmente, pelo fato de neste período histórico, vê-se mercantilizado a força de trabalho.

---

<sup>21</sup> Concorde-se aqui com Bracht (1997), que se discute no sentido de uma descontinuidade histórica do esporte, ou seja, a partir da Revolução Industrial, quando se mercantiliza a força de trabalho, o esporte ganha novas características que coaduna com a sociedade capitalista moderna.

<sup>22</sup> BETTI (2003) - Cultura Corporal de Movimento representa "a parcela da cultura geral que abrange algumas das formas culturais que se Vêm historicamente construindo, nos planos material, e simbólico, mediante o exercício (em geral sistemático e intencionado) da motricidade humana - jogo, esporte, ginástica e práticas de aptidão física, atividades rítmicas/expressivas etc."(p. 91).

A partir da nova configuração<sup>24</sup> - do mundo da mercadoria - que se materializa no sistema capitalista, percebe-se que seu ponto de culminância e expansão dar-se a partir da industrialização, ou melhor, na Revolução Industrial (marco fundamental para o esporte) - "O esporte como fenômeno de cultura é criação da sociedade industrial moderna, atendendo aos seus modelos e formas de relação entre os homens" (Souza,1991)<sup>25</sup> - ou seja, a partir de uma nova estruturação do mundo do trabalho que passa a incorporar o processo alienante na produção dos bens.

Percebe-se então, segundo Jameson (2001, p.22), que "[...] surgiu toda uma indústria para planejar a imagem das mercadorias e as estratégias de venda: a propaganda tornou-se uma mediação fundamental entre cultura e economia". Mediado pelos meio de comunicação de massa pois, ao transformar-se em mercadoria e essa, produzida para venda (possuindo um valor de troca) constituindo-se assim, numa mercadoria útil, ou seja, com um valor-de-uso, consumida por uma massa de espectadores, o esporte perde seu caráter lúdico e ganha a forma de coisa, reificada.

Entende-se o alerta feito por Betti (1998, p.34), de que o termo esporte-teleespétáculo seja mais apropriado no momento que estamos, pelo fato de a Televisão<sup>26</sup> associar a imagem e a linguagem e com isso, moldar novas maneiras de percepção. Assim,

a televisão seleciona imagens esportivas e as interpreta para nós, propõe um certo modelo do que é esporte e ser esportista. Mas, sobretudo, fornece ao telespectador a ilusão de estar em contato perceptivo direto com a realidade, como se estivesse olhando através de uma janela de vidro.

Pires (2002, p.90), reforça essa idéia ao explicitar que "o esporte parece ser o parceiro preferencial da espetacularização na mídia televisiva, porque oferece, em contrapartida, o *show* já pronto". É possível compreender melhor esta reflexão enunciada pelos autores

---

<sup>23</sup> Uma discussão fundamental e complementar para compreensão da gênese do esporte: Betti (1991); Bourdieu (1983) & (1990); Dunning (1992); Elias (1992).

<sup>24</sup> Entende-se que as relações de trabalho e capital mudam com o processo industrial, principalmente no tocante ao estranhamento entre trabalhador e produto (mercadoria) realizado pelo trabalho.

<sup>25</sup> "Esporte-espétáculo: a mercadorização do movimento corporal humano" - Nesta Dissertação, a professora Ana Márcia Souza, discute a relação do esporte enquanto mercadoria, produzido para o consumo. Percebe-se neste trabalho, como o esporte (Basquetebol), sofre alterações significativas na sua perspectiva histórica, nos gestos técnicos, na tática (defesa e ataque), no treinamento (fisiologia) e principalmente, nas regras. Tudo isso para tornar um produto pronto para o consumo. Percebe-se então, neste trabalho, todas as etapas de elaboração de um produto não-material: idealização, materialização e venda.

supracitados, experimentando assistir a uma partida de futebol diretamente no campo e fazendo a comparação com a televisão, onde se percebe o quanto a imagem é controlada por uma equipe de profissionais preocupados em mostrar somente o que lhes interessam<sup>27</sup>, como se eliminasse a capacidade crítico-reflexiva do sujeito, como alerta Pires (2002). É claro que em nossa análise da Mídia, ficaremos restrito ao poder midiático escrito, no entanto, não descartaremos estas considerações que envolve a relação simbólica como um todo.

### A Mercadoria Força de Trabalho Materializada no Mundo do Esporte

Considerai também como são poucos aqueles que a trabalhar estão empregados em coisas verdadeiramente necessária. Porque, neste século do dinheiro, onde o dinheiro é o deus e a medida universal, grande é o número das artes frívolas e vãs que se exercem unicamente a serviço do luxo e do desemprego. Mas se a massa atual dos trabalhadores estivesse repartida pelas diversas profissões úteis, de maneira a produzir mesmo com abundância tudo o que exige o consumo, o preço da mão-de-obra baixaria a um ponto que o operário não poderia mais viver de seu salário (More, 2000, p.69).

Ora, se pensarmos no conceito de Marx (1996, p.208), sobre o trabalho onde explica que "é atividade dirigida com o fim de criar valores-de-uso, de apropriar os elementos naturais às necessidades humanas, é condição necessária de intercâmbio material entre os homens e a natureza; é condição eterna da vida humana, sendo antes comum a todas as formas sociais", percebe-se uma relação indissociável entre homem e natureza e, quando consideramos a crítica, supracitada, elaborada por More (2000), percebe-se que este é um momento histórico diferenciado, pelo fato de o trabalho ter sido apropriado pelo capital servindo a um interesse particular. Isto culmina a partir do processo de industrialização.

Retomar estes conceitos propostos no século XIX, são significa entendê-lo como tal, até por que compreende-se que estamos num período onde o processo tecnológico tem, cada vez mais, substituído a força de trabalho e as relações de trabalho e capital têm adquirido uma nova imagem, principalmente, pela inserção das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, no processo produtivo. Algo que Marx (apud Belloni 2001, p.86), já alertava para sua contradição no tocante ao tempo de não trabalho do trabalhador.

---

<sup>26</sup> BETTI (2003) - Fazendo referência a Santaella (1996), explica que "a televisão é a mídia das mídias e formas de cultura [...] impondo a elas qualidades de organização, ritmo e aparência que lhe são próprios". (p. 97).

<sup>27</sup> No filme "Um Domingo Qualquer", de Oliver Stone de 1999, é possível compreender a dimensão que existe na relação esporte-telepetáculo, a partir da idéia de uma economia monopolista e de controle. Pires (2002, p.97), explica minuciosamente esta relação de experiência entre o ao vivo e o vivido.

Resta ainda saber, diz John Stuart Mill, em seus Princípios de economia política, se as invenções mecânicas feitas até agora aliviaram o labor cotidiano de um ser humano qualquer [...] não era este seu(delas) objetivo. Como todo desenvolvimento da força produtiva do trabalho, o emprego capitalista das máquinas só tende a diminuir o preço das mercadorias, a encurtar a parte da jornada em que o operário trabalha para ele mesmo, para alongar aquela outra em que ele trabalha só para o capitalista. É um método particular para fabricar mais valia relativa.

A questão aqui, é entender que a lógica capitalista continua a mesma e com certeza, mascarando ainda mais a opressão sobre o trabalhador. Neste aspecto, como alerta Marx (1996, p. 490-491), o problema não está na máquina ( nas tecnologias) e sim, na lógica capitalista de acumulação de capital. "Era mister tempo e experiência para o trabalhador apreender a distinguir a maquinaria de sua aplicação capitalista e atacar<sup>28</sup> não os meios materiais de produção, mas a forma social em que são explorados".

Assim, continua Marx (1996), em seu alerta aos trabalhadores,

o instrumento de trabalho, ao tomar a forma de máquina logo se torna concorrente do próprio trabalhador [...] todo o sistema de produção capitalista baseia-se na venda da força de trabalho como mercadoria pelo trabalhador. [...] Quando a máquina passa a manejar a ferramenta, o valor-de-troca da força de trabalho desaparece ao desvanecer seu valor-de-uso. O trabalhador é posto fora de mercado como o papel-moeda retirado da circulação. (Op.cit., pp. 492-493).

Por estas razões postas por Marx (1996), é que o trabalhador via, como grande rival e vilão, a máquina. No entanto, a crítica era no sentido de combater a lógica capitalista e não a tecnologia<sup>29</sup>. No entanto, como alerta Belloni (2001, p.87), nas sociedades contemporâneas tecnificadas,

a redução progressiva da jornada semanal de trabalho ainda não é suficiente para provocar transformações profundas no tempo de não-trabalho, o que permitiria à maioria dos indivíduos - e não somente àqueles poucos privilegiados por um universo de socialização mais rico em capital cultural - desenvolverem sua participação social, enriquecerem sua personalidade, constituírem sua cultura [...] embora liberado de fato do labor cotidiano, o homem continua, mesmo durante o tempo de não trabalho,

---

<sup>28</sup> MARX (1996) - Refere-se ao "movimento luddita", o qual proporcionou a destruição de máquinas nos distritos manufatureiros ingleses.

<sup>29</sup> BIANCHETTI (2001) - "Da chave de fenda ao laptop tecnologia digital e novas qualificações: desafios à educação". - Nesta obra há uma discussão pertinente sobre as mudanças que vêm ocorrendo nos processos produtivos e de trabalho, mediados pelas tecnologias. Uma crítica ao determinismo tecnológico, mas, não à tecnologia. Neste aspecto, constitui-se uma obra que será consultada, impreterivelmente, nesta investigação.

obedecendo a lógica da produção econômica, ou seja, a uma racionalidade instrumental que o instrumentaliza enquanto trabalhador e enquanto consumidor.

Assim, vão sendo reproduzidos, a partir do fetichismo da mercadoria e da lógica da Indústria Cultural, para consumo em massa, bens de caráter simbólico, como o esporte, que ratificam esta crítica formulada pela autora acima. Como explica ainda que: "o tempo liberado do trabalho foi paulatinamente sendo preenchido pelas mercadorias culturais, fabricadas em grandes centros e distribuídas pelas diferentes redes de comunicação[...]" (Op.cit., p. 88).

Parece-nos então que, por vezes, o esporte é a própria mercadoria e também assume a forma de embalagem para comercializar e propagandear outros produtos que não ele mesmo, numa força mercadológica que assemelha-se a uma espécie de "*multiplicação dos pães*". Multiplicação essa, como alerta Pires (2002), vai fazer com que, a partir das novas tecnologias, o espectador (no campo) e o telespectador (em casa), assistindo ao mesmo jogo, consumam espetáculos e mercadorias diferentes.

Em síntese, o que se persegue aqui é o entendimento que o trabalho é a relação do homem com a natureza para produção de sua existência, atendendo às suas necessidades materiais ou não materiais. Neste aspecto, diante de um bem (cultural) como esporte, na sua forma mercadoria, existem trabalhos específicos para produção final deste bem. Produção essa, que vai culminar com o processo de profissionalização do esporte<sup>30</sup> e neste aspecto, o esportista também se vê levado a vender sua força de trabalho, como condição necessária à existência.

Com o desenvolvimento do desporto-espetáculo teria de surgir por arrastamento o movimento financeiro suscetível de o sustentar, de o promover e de lhe dar rentabilidade. A frequência das organizações do desporto-espetáculo, a qualidade e a diversidade do espetáculo a oferecer ao mundo de consumidores, não podia depender de personagens amadores pelo que a evolução para um profissionalismo não só é natural como imprescindível para sua continuidade ( Noronha Feio apud Souza 1991, p. 62).

Não é estranho quando observamos tantos profissionais, de diferentes áreas, em torno do esporte. Assim, percebemos cada vez mais, treinadores específicos (físico, tático, para defesa, para o ataque), observadores (com os mais sofisticados aparelhos eletrônicos), psicólogos, médicos, gerentes (administradores esportivos) e muitos outros, que vão ganhando

o *status* inclusive das universidades<sup>31</sup> em seus cursos de formação, dando o aval da qualidade nas especificidades em torno de esporte-espetáculo.

### Nas Trilhas Metodológicas da Pesquisa

Pretende-se apontar uma perspectiva de abordar ou ler a realidade, não se pretendendo fixar uma verdade absoluta, no entanto, estabelecer entre várias concepções, a perspectiva materialista da história dentro da convenção acadêmica moderna da pesquisa científica. Portanto, defende-se que a abordagem materialista histórica junto com a crítica à economia política ainda constituem-se um grande " instrumento " de reflexão no tocante a concepção de Ciências Sociais e Humanas.

Ao projetar uma perspectiva investigativa, onde o objeto nasce das relações sociais em determinado momento histórico, entende-se como propõe Bruyne (1991), que “ os métodos da epistemologia são, portanto, necessariamente múltiplos: para apreciar os fatos, o método histórico-crítico, e para as regras, os procedimentos da lógica”. Neste aspecto, urge no interior da nossa investigação, perpassar pela economia, sociologia, filosofia, história, etc, substanciando a base epistemológica de nossa pesquisa científica. Sendo assim, a metodologia – pesquisadores (sujeitos da pesquisa e sujeitos pesquisados ) – deve apreender a ciência como um processo vivo e não como um produto (op.cit.,p.43).

Neste sentido, o despertar para essa investigação, conforme enunciado na Introdução/problematização deste projeto de pesquisa, traduz o enfoque dado às relações de trabalho e capital - Fábrica Tecidos Confiança<sup>32</sup> - e sua inserção no "mundo da bola" -

---

<sup>30</sup> Souza (1991) - Capítulo II de sua Dissertação, expõe sobre o esporte-espetáculo e também sobre o esportista e sua força de trabalho. Não só do atleta como de demais profissionais que se envolvem na produção da mercadoria esporte-espetáculo.

<sup>31</sup> É possível observar principalmente nos cursos "Lato Sensu" como: UFMG -Trinamento Esportivo; UFRJ- Treinamento Desportivo; UNIMEP - Fisioterapia Desportiva; USP - Treinamento de Modalidade Esportiva; UNOPAR - Ciências da Atividade Física: Aspectos de Medicina Desportiva/ Ciências do Condicionamento Físico Individualizado - Personal Training/ Ciências do Treinamento Desportivo de Alto Nível; FAMATH - Gestão Administrativa e Marketing/Musculação e Personal Training/Condicionamento Físico etc. Como também, as áreas temáticas nos cursos (Mestrado e Doutorado), além das disciplinas específicas.

<sup>32</sup> RIBEIRO, Sérgio D.D. (1997) - Amadorismo-Profissionalismo: suas relações com o trabalho na história de um clube de fábrica. Este é o título do trabalho monográfico, defendido em 1997, no Departamento de Educação Física, da UFS, que aponta a criação de um clube de fábrica, inicialmente para as práticas do Vôlei e do Basquetebol e com o pós-guerra, muda completamente sua estrutura, passando a ser um clube de futebol com a perspectiva de ser hegemônico. Para tanto, fora necessário contratar os melhores jogadores do Estado, colocá-los na fábrica de tecidos Confiança como "trabalhadores/atletas".

formação do clube e da equipe de futebol da fábrica, onde contratava os melhores jogadores do Estado e os recrutavam para nela trabalhar. Num período histórico brasileiro - pós-guerra - que as relações de trabalho, capital e emprego, eram escassas e que o futebol esboçava um caráter amador (na essência da palavra), esta era uma boa saída para "driblar" a crise do emprego no sistema capitalista ("eles, os jogadores, tinham emprego e ainda jogavam futebol"). Este fato convida-nos a uma análise, numa perspectiva crítica: que as relações histórica - econômicas e políticas - permeiam e fundamentam esta iniciativa.

Ao analisar este fenômeno, percebe-se que a matriz substancial na produção da existência - trabalho - coaduna com as considerações propostas por Marx<sup>33</sup> em seus estudos e que nos parece tão vivas nos tempos de hoje.

Neste contexto, retornando a situação particular dessa investigação, na criação do Clube de Fábrica, no Estado de Sergipe, verifica-se que muitas coisas mudaram nas relações de trabalho e natureza, trabalho e capital, principalmente após o período conhecido como Revolução Industrial, pois é um período que marca substancialmente a mercantilização da força de trabalho. Significa dizer, que para produzir sua existência, o ser humano vê-se obrigado a vender sua força de trabalho.

Ora, deparar-nos com um fenômeno como este - surgimento de um clube de fábrica - que aparentemente, constitui-se como algo natural, que os valores, a forma, seus significados, são conduzidos a pensarmos que tudo era bom e belo, surge uma inquietação que reporta a produção da existência, a qual Marx nos alertava: esses acontecimentos, foram oriundos de uma lógica de produção que estampava a vontade para ampliar o lucro, seja sob a forma de hegemonia esportiva (espetáculo virtual) ou industrial e que os sujeitos ali, trabalhadores/atletas, submetiam-se a esta condição por uma razão particular: produção da existência material. Algo que se consolida nas relações de troca que se estabelece nas transações mercantis, ou seja, nas relações políticas e econômicas da sociedade capitalista.

É nesse contexto de contradições e conflitos, que se pretende investigar o "objeto", o fenômeno, a partir da compreensão do método dialético, que traz a característica histórica e que é perpassado e determinado pela totalidade social, bem como pela economia política. Acredita-se e não ingenuamente, que a partir desta teoria, possa viabilizar investigações

---

<sup>33</sup> Ao referir somente o nome Marx, entende-se o seu pensamento e toda a sua obra, desde Jovem até a fase de amadurecimento político e acadêmico que culmina com a sua obra máxima, o Capital.



sociais e históricas, pois o modo de produção da vida material condiciona o processo de vida social, política e espiritual. Aqui, simbioticamente misturados, sujeito pesquisador e objeto (sujeito também) pesquisado, seja em páginas velhas de jornais, seja na sua história de vida, representam seu momento histórico em um dado período, produzindo sua existência, lutando contra a opressão de classe, fazendo a história, lutando para sobreviver ou subsistir e nesse contexto, tendo como elemento básico mediador de suas relações com a natureza, o trabalho. Esse é o elemento fundamental que caracteriza e dá ao ser humano a condição de vida.

Reportar a um pensador que escreveu no século XIX não significa voltar ao seu período vivido, pois entende-se que isso mataria a própria dialética, nem tratar os fenômenos com os mesmos olhares, até por que, existem realidades diferentes, principalmente em nosso país – de terceiro mundo, na região nordeste, mais pobre da federação, no menor Estado e na "bela e ensolarada Aracaju", mas sobretudo, reconhecer o aparente, pois foi a partir desta concepção científica de história, tendo a práxis como critério de verdade, que lançamos olhares além do aparente, buscando a essência nas relações sociais, na produção da existência, seja no trabalho, na cultura, no esporte espetacularizado (nascido no seio de uma fábrica têxtil), enfim, na vida do homem na terra.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO. T.W. & HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

\_\_\_\_\_. Teoria da semicultura. **Educação e Sociedade**. Ano XVII, v.56, p.388-411, dez. 1996.

\_\_\_\_\_. **Educação e emancipação**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

ANTUNES, F. M. R. Ferreira. O futebol nas fábricas. **Revista USP**, nº22:102 a 109, junho/julho/agosto. São Paulo:USP, 1994.

AZEVEDO, Carlos & REBELO, Aldo. A corrupção no futebol brasileiro. In: **Revista Motrivivência**. Florianópolis: UFSC. Ano XII, nº 17,2001.

FREITAG, B. **A teoria crítica: ontem e hoje**, São Paulo: Brasiliense, 1986.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, s/d.

BELLONI, Maria Luíza. O lazer espetacularizado: cultura do narcizismo e indústria cultural. In: **Revista Motrivivência**. Florianópolis: UFSC. Ano XII, nº 17, 2001.

- BETTI, Mauro. **A Janela de vidro**: esporte, televisão e educação física. Campinas/SP, 1994.
- \_\_\_\_\_. Esporte na Mídia ou esporte da mídia. In: **Revista Motrivivência**. Florianópolis: UFSC. Ano XII, nº 17, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Imagem e ação**: a televisão e a Educação Física Escolar. In: Educação Física e mídia, novos olhares, outras práticas. São Paulo: Hucitec, 2003.
- BIANCHETTI, Lucídio. **Da chave de fenda ao laptop tecnologia digital e novas qualificações**: desafios à educação. Florianópolis: Vozes, 2001.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, Universidade Federal de Sergipe, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Indústria Cultural, informação e capitalismo**. Dissertação Doutorado, São Paulo, UNICAMP, 1994.
- \_\_\_\_\_. A capoeira e as artes marciais orientais. **Revista de Política e Cultura da Seção Sindical dos Docentes da UFS**. Ano II, vol. 3. São Cristóvão: UFS, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- BRACHT, Valter. **Educação física e aprendizagem social**. Porto Alegre: Magister, 1992.
- \_\_\_\_\_. **Sociologia Crítica do Esporte**: uma introdução, UFES: Vitória, 1997.
- BRUYNE, Paul de. **Dinâmica da pesquisa em ciência**: os pólos da prática metodológica. Rio de Janeiro: F. Alves, 1991.
- DANTAS, Karine Franco. **O esporte**: um negócio lucrativo nas escolas. Monografia de Final de Curso. Departamento de Educação Física da Universidade Federal de Sergipe, 2002.
- GALEANO, Eduardo. **Utopia**. In: As palavras andantes. Rio de Janeiro: L&PM Editores, 1994.
- HOBBSBAWN, E. J. **Era do Capital, 1848-1875**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- IANNI, Octávio. **Enigmas da Modernidade - mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
- JAMESON, Fredric. **A cultura do dinheiro**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- LOUREIRO, Robson. **Indústria cultural e educação em "tempos pós-modernos"**. Campinas: Papyrus, 2003.
- LOWY; M. **Ideologias e ciência social**. São Paulo: Cortez, 1999.
- MARX, Karl. **O Capital**: crítica da economia política: livro I Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.
- MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Moraes, 1996.

\_\_\_\_\_ ( s/d) **Crítica à economia política.** Obras escolhidas. São Paulo: Alfa-Omega.

MORE, Thomas. **A Utopia.** Os pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 2000.

PIRES, Giovani De Lorenzi. Globalização, cultura esportiva e educação física. In: **Revista Motrivivência.** Florianópolis: UFSC. Ano IX, nº 10, 1997.

\_\_\_\_\_ **Educação física e o discurso midiático:** abordagem crítico-emancipatória. Ijuí: Unijuí, 2002.

\_\_\_\_\_ **Cultura esportiva e mídia:** abordagem crítico-emancipatória no curso de graduação em educação física. In: Educação Física e mídia, novos olhares, outras práticas. São Paulo: Hucitec, 2003.

QUIVY, Raymond. A pergunta de partida. In: **Manual de investigação em ciências sociais.** Lisboa: Jurídica, 1998.

RANIERI, Jesus. **A câmara escura:** alienação e estranhamento em Marx. São Paulo: Boitempo, 2001.

RIBEIRO, Sérgio Dorenski D. **Amadorismo/Profissionalismo:** suas relações com o trabalho na história de um clube de fábrica. Monografia de final de curso. Departamento de Educação Física: UFS, 1997.

RIBEIRO, Sérgio Dorenski D. & SANTANA, Angélica de Jesus. **As influências mercadológicas num determinado fenômeno esportivo - Basquetebol - alterando sua forma e conteúdo na realidade escolar sergipana.** Coletânea de Trabalhos do III Encontro de Educação Física. Vol 3. Aracaju:SEED, 2000.

SILVA, Maurício Roberto da. **Trama doce-amarga:** (exposição do) trabalho infantil e cultura lúdica. São Paulo: Hucitec, 2003.

SOUZA, Ana Márcia. **Esporte espetáculo:** a mercadorização do movimento corporal humano. Florianópolis: Dissertação de Mestrado, 1991.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade:** Uma teoria social da mídia. Petrópolis/RJ: Vozes, 1998.