

MAIO A AGOSTO DE 2010

ANO 11 - Nº 38

# PUC Viva

WWW.APROPUCSP.ORG.BR

ISSN 1806-3667

Publicação acadêmica e informativa quadrimestral dos professores da PUC-SP



## Crítica ao esporte

# editorial

## Crítica ao esporte

### O prazer, o símbolo e o negócio

Quem se envolveu com a prática esportiva saudável sabe do prazer que ela pode proporcionar. E sabe também que todas as palavras deste editorial não são suficientes para descrever adequadamente o sentimento e a sensação que o esporte provoca. Falar de uma paixão é uma coisa. Estar apaixonado é outra bem diferente. Mas talvez, sem a pretensão de captar o desejo esportivo, possa-se dizer que o esporte é uma espécie de transcendência humana. Não no sentido de que ele seja algo além-mundo; ou esteja vinculado a algum ser divino. O esporte é transcendente porque leva o humano para o centro do próprio humano. Uma invenção que mobiliza em alto grau motricidade, símbolo e emoção. De uma só vez as capacidades do ser humano – o agir, o pensar e o emocionar – são postas à prova.

Mas o esporte é, sobretudo, uma invenção social. Ele é determinado pela sua prática social. Nessa medida, incorpora os valores ideológicos e os interesses econômicos presentes na sociedade na qual é praticado. Foram os valores e interesses da sociedade moderna que determinaram os padrões de comportamento (padronização dos costumes) e o processo de desportivização dos jogos e dos passatempos. Foram os valores e os interesses do sistema capitalista que fizeram do esporte um espetáculo e o transformaram em mercadoria. Assim, o esporte se alçou em um dos principais componentes da indústria do entretenimento.

No mundo, estima-se que o esporte movimente mais de US\$ 1 trilhão por ano. No Brasil, a média já ultrapassou R\$ 31 bilhões; e só tende a aumentar com a perspectiva da realização no país da Copa do Mundo de Futebol, em 2014, e das Olimpíadas, em 2016. Os investimentos e lucros nessa área parecem não ter limites. Artigos esportivos – roupa e equipamento; acesso à prática – academias, clubes e quadras; arrecadações de eventos – jogos, apresentações em estádios e ginásios; comuni-



<http://www.sxc.hu/>

cação, propaganda e direito de imagem – transmissão de televisão, rádio e internet; são alguns dos produtos e algumas das manifestações dessa indústria.

Nesse processo, o espectador virou consumidor e o atleta transformou-se em uma coisa. A coisificação do atleta evidencia-se pelas inúmeras ações antissaúde inerentes ao esporte de alto rendimento. Ações que castigam o corpo, prejudicam o funcionamento do organismo e estressam mentalmente os praticantes. O alto rendimento e a competição exacerbada são modelos para a indústria esportiva. Eles influenciam a prática escolar e a amadora, e servem de reforço ideológico para um sistema baseado no lucro e em índices de produtividade.

Além disso, o esporte é uma atividade de disseminação de valores ideais e morais. O corpo do atleta, magro e musculoso, é recorrentemente exemplo do padrão ideal socialmente estabelecido. O modelo de corpo ideal acentua a alienação do ser humano, alimenta o mercado de roupas e produtos de beleza, e o da cirurgia plástica. Há uma ética opressora de ser esteticamente e de se comportar, na qual o esporte tem o seu quinhão de contribuição.

Tudo isso evidencia a complexidade do esporte praticado no nosso século e a necessidade de refletir sobre esse fenômeno. A reflexão crítica sobre a prática esportiva é pressuposto para recolocar essa atividade na perspectiva da emancipação humana.

OS EDITORES

