

## **Futebol e Mídia**

### **Educação Física**

Enviado por:

Postado em:25/06/2010

A mídia trabalha com o futebol das mais variadas formas. Os espaços publicitários das partidas transmitidas pela televisão valem milhões, representando cifras significativas, para os meios de comunicação.

O futebol é um esporte que, na atualidade, movimentou cifras monumentais e se transformou num negócio altamente lucrativo. A partir da década de 70, ocorreram diversas mudanças na estrutura do futebol - no Brasil e no mundo. Foi a partir dessa década que o futebol foi transformado num elemento fundamental da "indústria do entretenimento". O futebol pode ser entendido, desde então, como forças centrípeta e centrífuga, pois atinge os distintos campos sociais e, ao mesmo tempo, se centraliza, no sentido da regionalização. Esse alcance faz dele um veículo ideal de mercadoria. Além da marca visual presente no meio futebolístico, ainda há uma elite de jogadores que se convertem em garotos-propaganda de patrocinadores (fenômeno presente também em outras modalidades). Como ocorre na mídia em geral, atletas são fabricados no mais típico estilo de um produto. Esse movimento supõe a fetichização da marca e do atleta através da vinculação do produto ao suposto vencedor absoluto. Os jogadores ganham mais com propaganda do que com os salários recebidos dos clubes. Em abril de 2009, a revista France Football divulgou pelo segundo ano consecutivo a lista dos 20 jogadores mais bem pagos do mundo, na qual estão incluídos - além dos salários pagos pelos clubes - os valores que os jogadores ganham em contratos de publicidade, patrocínios de marcas e prêmios variados. Na ocasião a estrela dos anúncios era David Beckham, de longe o jogador de futebol que mais ganha no planeta, apesar de seu salário profissional ser inferior ao de outros jogadores. A mídia trabalha com o futebol das mais variadas formas. Os espaços publicitários das partidas transmitidas pela televisão valem milhões, representando cifras significativas, para os meios de comunicação. Em setembro de 2009 o Portal Copa 2014 informava que a Globo disponibilizara cinco cotas de patrocínio para a transmissão dos jogos da copa 2010, cada uma de R\$ 81 milhões. No mesmo site encontramos a informação de que o "Portal Terra" confirmou o nome dos anunciantes que chancelarão sua cobertura da Copa do Mundo da África do Sul. O valor de tabela de cada cota foi de R\$ 30 milhões. Matéria na íntegra: Tema Atual "Copa do Mundo" - Futebol e Mídia