

## **TEORIAS DA GLOBALIZAÇÃO: COMO O FUTEBOL PROFISSIONAL SE TRANSFORMOU EM UM PRODUTO MIDIÁTICO?**

JEFERSON ANTUNES, FRANCISCO MÁRIO DE SOUSA SILVA, VERÔNICA SALGUEIRO DO NASCIMENTO, ZULEIDE FERNANDES DE QUEIROZ

O presente estudo tem o intuito de analisar de que forma o processo de globalização transformou o futebol profissional em um produto midiático. Para a realização deste aporte deu-se ampla pesquisa histórica, bem como bibliográfica sobre o tema. Temos a todo momento a obra teorias da globalização como sustentáculo do estudo da racionalidade objetiva que marca as contradições da era. A ampliação da prática desportiva se deu no momento em que os criadores dos clubes atléticos mais influentes no Rio de Janeiro se mobilizaram para fundar as primeiras unidades associativas, que definiam o rumo do futebol nacional. Com o aumento do número desses clubes e a formação da primeira liga de futebol, foi possível a realização dos primeiros campeonatos que aconteciam em estádios fechados com a cobrança de ingressos. No ano de 1931 ocorreu a primeira narração radiofônica integral de uma partida de futebol, Nicolau Tuma, narrou São Paulo e Paraná. Cabe-nos ressaltar também que a primeira transmissão de rádio em cadeia nacional, direto da Europa, foi da Copa do Mundo de 1938, ocorrida na França. Este crescimento está diretamente ligado ao rádio, que cresceu exponencialmente, lado-a-lado com a narração da prática desportiva que se popularizou a partir da narração da Copa do Mundo da França. Esse marco histórico da transmissão futebolística denota o interesse da mídia da época no espetáculo futebolístico, agora transformado em produto. Os clubes tornaram, portanto, o futebol, um produto a ser comercializado e seus símbolos, signos e produtos passaram a fazer parte da vida de seus torcedores, em um lucrativo comércio global. O futebol mundializou-se, seus haveres financeiros representam, hoje, 3% da economia mundial em franca expansão.

**PALAVRAS-CHAVE:** GLOBALIZAÇÃO, MUNDIALIZAÇÃO, FUTEBOL.

**ÁREA TEMÁTICA:** CIÊNCIAS SOCIAIS

**FORMA DE APRESENTAÇÃO:** ORAL