
Teoria Crítica e Futebol Sob o Olhar da Indústria Cultural¹

Maria do Socorro de Sousa Cruz²; Gustavo Said³

²Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí

³Professor Doutor da Universidade Federal do Piauí

Resumo

Este trabalho evidencia a relação da Teoria Crítica com o futebol com ênfase no pensamento dos intelectuais da Escola de Frankfurt. A base das reflexões dos frankfurtianos era a relação da cultura com a Indústria Cultural e a força exercida pelo Estado sobre o indivíduo. Os seus interesses eram analisar a sociedade de massa, enfatizando o avanço tecnológico e os meios de comunicação enquanto instrumento da lógica capitalista do consumo. Estudos atuais evidenciam que há nova reflexão sobre esta temática com enfoque no amadurecimento e consciência crítica sobre os problemas sociais. O objetivo desse estudo é demonstrar a influência exercida pela Indústria Cultural sobre o esporte, sobretudo o futebol, como instrumento de manipulação, baseado nos estudos da Teoria Crítica e sob os olhares da contemporaneidade.

Palavras-chave: Futebol; Indústria; Alienação.

Introdução

A Teoria Crítica surgiu por meio de estudos de um grupo de intelectuais da Escola de Frankfurt, na Alemanha em 1920 com o propósito de refletir os problemas da sociedade vigente como um todo, baseado no processo de industrialização. Os principais pesquisadores integrantes dessa escola são Max Horkheimer, Teodoro Adorno, Herbert Marcuse e Jürgen Habermas. O ideal desses frankfurtianos era a dialética da razão iluminista e a crítica da ciência, além de refletirem sobre a relação entre cultura e indústria cultural e a legitimação do Estado. (MELO; GOBBI, 2004).

Os intelectuais refletiam sobre vários campos do conhecimento humano como a filosofia, sociologia, economia, psicologia, comunicação e arte. A Teoria Crítica deu atenção especial ao esclarecimento sobre a dominação social do indivíduo, propondo reflexões sobre a razão, a qual, na visão dos seus pesquisadores, tinha um caráter conformista (WIKIPÉDIA, *online*).

¹Trabalho apresentado no I Fórum de Pesquisas em Comunicação, Esporte e Cultura, evento componente do I Seminário Internacional do Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte.

Nesse sentido, uma das contribuições da Escola de Frankfurt, se refere à crítica a indústria cultural, criado por Adorno e que foi usado pela primeira vez em 1974, em sua obra "A Dialética do Esclarecimento". Adorno analisa a evolução da cultura nas sociedades modernas, nas democracias de massa e marca a ruptura com a razão kantiana, em função da produção capitalista que passou a prevalecer (FREITAG, 1986).

Adorno aponta a indústria cultural como um meio a serviço da sociedade capitalista e de consumo, responsável por criar produtos e entretenimentos padronizados. Essa indústria marcou a perda da autonomia do indivíduo. O homem passou a ser membro de uma sociedade que o manipula (SOUZA, 2011).

Nesse sentido, o esporte pode ser inserido como produto dessa indústria, onde seu consumo se baseia nas leis de mercado. O futebol, modalidade de grande apelo popular, pode ser visto no pensamento frankfurtiano como meio de desviar a atenção do indivíduo em relação às causas sociais do país. A Copa do Mundo de Futebol, evento midiático de maior importância entre as nações, foi utilizado por governos para legitimar seus ideais de patriotismo e nacionalismo (SUANNE; ROCHA, 2008).

A manipulação do indivíduo na sociedade de consumo, apontada pelos críticos da Escola de Frankfurt se dá pelos meios de comunicação. O objetivo é de seduzir os espectadores a vários níveis psicológicos. A mídia é usada como forma de manter a ideologia, à manutenção da moderna sociedade capitalista, por meio da divulgação dos bens culturais (CAMPOS, 2006).

O futebol, pensado nessa perspectiva, se tornou espetáculo midiático, os seus produtos são impostos pela indústria cultural visando o lucro. A mídia é a mediadora da espetacularização, uma vez que faz com que as pessoas passem a dar maior importância ao esporte e esqueçam as problemáticas sociais, econômicas e políticas do país.

No entanto, há novas perspectivas em relação ao papel do futebol na sociedade contemporânea. Estudos atuais evidenciam que a fase de manipulação e passividade foi superada e o futebol, fenômeno cultural presente na sociedade, não tem relação com os problemas sociais, econômicos e políticos. Mesmo durante os mega eventos, como a fascinante Copa do Mundo, é possível reivindicar pelos direitos sociais ao invés de se calar diante das mazelas e imposições dos governantes.

Objeto de Pesquisa: Futebol e Sociedade

Justificativa

A Teoria Crítica criada pelos intelectuais da Escola de Frankfurt, na Alemanha, refletia os problemas da sociedade vigente. O ideal dos frankfurtianos era voltado para a relação entre cultura e Indústria Cultural e a legitimação do Estado. Adorno, intelectual dessa escola alemã, analisou a evolução da cultura nas sociedades modernas, apontando a Indústria Cultural como um meio a serviço da sociedade capitalista e de consumo.

O esporte pode ser considerado um produto dessa indústria por ser uma modalidade de grande apelo popular e como meio de desviar a atenção do indivíduo em relação às causas sociais do país. O futebol, enquanto espetáculo midiático se tornou produtos da Indústria Cultural visando o lucro, tendo a mídia como mediadora.

A relevância deste estudo se dá pelo fato de mostrar que, por meio da Teoria Crítica, principalmente, sob o olhar da indústria cultural, o futebol proporciona a perda da autonomia do indivíduo, sendo membro de uma sociedade que o manipula, bem como o papel desta modalidade esportiva na contemporaneidade que deverá ser pensada em um novo cenário e em um ambiente de novas práticas comunicacionais.

Objetivo Geral

Demonstrar a influência exercida pela Indústria Cultural sobre o esporte, sobretudo o futebol, como instrumento de manipulação, controle social e econômico no viés dos estudos da Teoria Crítica e sob os olhares da contemporaneidade.

Objetivos Específicos

- Revisar a literatura sobre Teoria Crítica e a Escola de Frankfurt.
- Mostrar o futebol baseado nas reflexões da Indústria Cultural
- Identificar as novas perspectivas em relação do papel futebol na sociedade contemporânea.

Metodologia

Neste artigo foi desenvolvido um estudo exploratório descritivo por meio de pesquisa bibliográfica, baseada na análise de literatura disponível e publicada na forma de artigo, teses, dissertações e na mídia impressa em geral. A temática sobre futebol é estudada enquanto fenômeno social e relacionada com a Teoria Crítica, sob o viés

mercadológico, alienante e manipulador da indústria cultural. Esse estudo utilizou-se da origem da Teoria Crítica, a criação da Escola de Frankfurt, na Alemanha, enfatizando o contexto social e político em que o país estava inserido, baseado nos seus princípios para mostrar a relação da cultura com o esporte e em especial com o futebol, presente no ambiente de massificação, espetacularização e midiaticização, proporcionado pela sociedade de consumo, por meio da mídia.

Teoria Crítica e a Escola de Frankfurt

A Teoria Crítica se identifica historicamente com o período de criação da Escola de Frankfurt, fundada em 1920 por um grupo de pesquisadores intelectuais alemães tendo como principais nomes Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin, Herbert Marcuse, Erich Fromm e Jurgen Habermas. São intelectuais de reflexões voltadas para as relações interdisciplinares nos campos da economia, da psicologia, da história e da antropologia baseado na teoria marxista e na teoria freudiana (FREITAG, 1986).

A partir de 1933, o Instituto dos pesquisadores frankfurtianos passa por um período de emigração, é transferido para Genebra, depois para Nova Iorque e em 1950 volta a funcionar na Alemanha, seu país de origem. Foi justamente nesse período em que os intelectuais passaram a utilizar o termo Teoria Crítica e surgiram as obras "Personalidade Autoritária" e "Dialética do Esclarecimento", ambas de Adorno. Esta última é uma crítica sobre a evolução da cultura moderna na sociedade de massa (WOLF, 1994).

No pensamento de Freitag, a Teoria Crítica focava as reflexões sobre o indivíduo da sociedade moderna, se opondo a Teoria Tradicional Cartesiana. Os principais pontos de discussões tratados pelos alemães eram sobre a dialética da razão iluminista, a relação da cultura em contraponto a indústria cultural e a força exercida pelo Estado. Os seus interesses se baseavam na análise da sociedade de massa, enfatizando, sobretudo, o avanço tecnológico enquanto serviço da lógica capitalista. Nesse sentido, o consumo se tornou algo capaz de fazer o indivíduo deixar de lados as causas sociais (FREITAG, 1986).

O cenário em que a Teoria Crítica surgiu era conturbado tanto na Alemanha como resto do mundo. A ascensão do Nazismo, a Segunda Guerra Mundial, e

o Stalinismo estão entre os momentos de tensão vividos durante a *Teoria Crítica* da sociedade. Nesse contexto, o debate intelectual de seus pensadores objetivava refletir sobre mudanças ocorridas sob vários aspectos como político, econômicos, sociais e culturais (MATOS, 1993).

No livro “Para entender as Teorias da Comunicação”, de Ana Caroline e Vanda Cunha, as autoras apontam o termo Teoria Crítica, como uma forma pessimista e radical de expressão dessa crise política e econômica no século XX (TEMER; NERY, 2004).

De uma forma geral, podemos dizer que a teoria crítica propõe como uma teoria da sociedade entendida com uma totalidade, pretendendo evitar a função ideológica das disciplinas e das ciências setorializadas, tendo como ponto de partida a análise do sistema da economia de mercado e a crítica dialética da economia política dentro dos fundamentos do materialismo marxista (TEMER; NERY, 2004).

Nesse sentido, havia uma preocupação dos frankfurtianos em relação à classe trabalhadora e a Teoria Crítica usa os ideais marxistas para falar sobre a classe social e o indivíduo enquanto integrante da sociedade.

Esta postura se fortalece, principalmente, com o Nazismo e o Fascismo na Europa. Um dos principais questionamentos se dava no sentido de entender como os indivíduos se tornavam insensíveis à dor do autoritarismo, negando a sua própria condição de indivíduo ativo no corpo social (FREITAS; TUZZO, 2012).

Adorno e Horkheimer também apontaram o fim da razão crítica em função do surgimento da produção cultural voltada para o lucro. Diante disso, para os pensadores, não havia a possibilidade de mudar a realidade atual, onde a consciência do trabalhador passou a ser manipulada e alienada pelo sistema capitalista, proporcionado pela indústria cultural. Nesse sentido, se contrapõe ao pensamento de Kant e Hegel, que acreditam que a razão evitaria a alienação do indivíduo (SILVA, 2009).

O conceito de indústria cultural, através do qual os pensadores da Escola de Frankfurt, Adorno e Horkheimer, definem cultura como mercadoria, surgiu em meados dos anos 40. Assim, na concepção dos intelectuais dessa escola, a cultura passou a ser produzida em série e fornecia bens padronizados no sentido de satisfazer a demanda e cada setor da produção se tornando uniformizado (MATTELART; MATTELART, 2003).

Ainda sobre o pensamento de Armand e Mattlear, este conceito de indústria cultura substitui o de cultura de massa. Nesse sentido, a cultura não se relaciona à cultura popular produzida pelo povo, mas por esta indústria que visa influenciar as

massas no consumo dos seus produtos padronizados e ofertados (MATTELART; MATTELART, 2003).

A indústria Cultural fixa de maneira exemplar a derrocada da cultura, sua queda de mercadoria. A transformação do ato cultural em valor suprime a sua função crítica e nele dissolve os traços de uma experiência autêntica. A produção industrial sela a degradação do papel filosófico- existencial da cultura (MATTELART; MATTELART, 2003).

Freitag ressalta que os objetivos da indústria cultural se resumem em lucro e aceitação numa condição de tornar o trabalhador alienado e proporcionar felicidade por meio dos bens e produtos culturais expostos pelo capitalismo (FREITAG, 1986).

Os produtos culturais, filmes, música, programas de rádio e televisão, na concepção da indústria cultural, são vistos como forma de controle da sociedade. Os críticos frankfurtianos questionam o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, produção e transmissão da cultura, como meio de propagação destes bens. Os produtos já não são mais vistos como um bem artístico e sim mero uso de consumo e ai invés de formar cidadãos críticos passam a alienar as pessoas frente à realidade em que vivem (TEMER; NERY, 2004).

“O indivíduo é considerado apenas um empregado e consumidor e, dessa forma, a própria humanidade é reduzida às condições que representam os interesses da ideologia dominante” (TEMER; NERY, 2004).

Essa temática envolvendo os meios de comunicação e a indústria cultural passou a ganhar espaço no Brasil por volta de 1960. A obra de Gabriel Cohn, “Comunicação e Indústria Cultural”, foi um marco desse estudo no país. Nela é apontada que há uma relação de poder da indústria cultural sobre a massa, que deixa de ser constituída de cidadãos conscientes e assume a condição de consumidores passivos, sem poder de reação diante dos bens culturais (MELO; GOBBI, 2004).

A pesquisa frankfurtiana instigou questionamentos sobre o poder dos meios de comunicação de manipular as informações e isso fez com que novos estudos surgissem dentro da linha teórica. No Brasil, isso ocorreu na década de 70, quando houve a expansão dos meios de comunicação e a utilização dos mesmos pela classe política (TEMER; NERY, 2004).

Adorno e Horkheimer consideravam os meios de comunicação de massa como uma perversão dos ideais iluministas do século XVIII. Nesse sentido, a propaganda contribuiu na disseminação dos instrumentos ideológicos e assim a tecnologia foi

utilizada no sentido de impedir que o cidadão da sociedade moderna percebesse as desigualdades sociais. O indivíduo consome os produtos de mídia passivamente (FREITAG, 1986).

Nessa relação do processo de subordinação da consciência em detrimento da racionalidade do capital, as empresas de comunicação mantêm o poder de produção e difusão de bens materiais a serviço do consumo massificado. Nesse sentido, há um conformismo no modo de vida baseado na troca das pessoas e nos bens de consumo. Na prática, segundo os críticos de Frankfurt, a indústria cultural se baseia no mecanismo de oferta e procura, buscando atender as necessidades individuais de consumo (HOHLFELT; MARTINO; FRANÇA, 2001).

Futebol e Indústria Cultural

O esporte, a partir da década de 1970, ganhou importância sociológica e assim passou a despertar o interesse da teoria social. Nesse sentido, é importante destacar o papel da Teoria Crítica que enfatiza as dimensões nas quais o esporte está inserido. A primeira delas é a ideológica no sentido de promover igualdade de disputas em vista um espaço na sociedade e a outra é a dimensão política, que aponta que esta atividade impede a conscientização, tornando o sujeito alienado e conformada com o social. Essa percepção, por meio de uma lógica do mercado, é relacionada ao advento da indústria cultural que transforma bens culturais em mercadorias, dentre eles o esporte, que consegue incorporar, enquanto cultura, valores e princípios da indústria moderna (ADORNO, 1986).

Na visão de Adorno, intelectual da Teoria Crítica e membro da Escola de Frankfurt, o esporte tem a função de moldar o homem e disciplinar o trabalhador. Esse sentido de alienação, manipulação e dominação, é adotado pelo futebol, visto por cientistas sociais como algo que distancia o povo das preocupações sociais. No Brasil, esse esporte passou a ser investigado pelas ciências sociais, sobretudo, pela sua relação com a identidade nacional, a crise e a organização, poder e profissionalização (HELAL; SOARES; LOVISOLO, 2001).

A história do futebol é uma triste viagem do prazer ao dever. À medida que o esporte se fez indústria, foi-se desterrando a beleza que nasce da alegria de jogar porque sim. Neste mundo de final de século, o futebol profissional condena o que é inútil, e é inútil o que é rentável (HELAL; SOARES; LOVISOLO, 2001).

Denaldo Alchorne de Souza, em seu livro “Brasil entra em Campo”, relata algumas interpretações acerca do futebol, baseado nos princípios da Teoria Crítica, dentre elas a que considera esse esporte como instrumento alienante, considerando o como “ópio do povo”. Nessa perspectiva, o autor mostra o futebol como meio utilizado pelos governantes para afastar o povo dos seus problemas básicos. Denaldo usa como exemplo a seleção brasileira de futebol, como uma arma para ocultar as diferenças de classes, no sentido de integrar o empresário e o trabalhador como membros pertencentes ao mesmo grupo. A classe política usava o esporte mais popular do país, em especial em época de Copa do Mundo, para firmar seus ideais junto á sociedade brasileira, de um país empreendedor e vitorioso (SOUZA, 2008).

O futebol sustentou o “milagre” e conseguiu tornar amenos os mais duros dos governos Médici, com sua vitória em 70. Hoje os gols de Zico conseguem triblar 40 milhões de barrigas nacionais que vivem em estado de extrema penúria. Os lançamentos de Toninho Cerezo fazem com que pais de família, de magro salário, troquem um pedaço de pão e um prato de feijão pelas sempre congestionadas portas dos estádios, somos neste junho da Copa o país campeão da inflação e do endividamento externo, mas com uma alta febre de gols verde-amarelos (SOUZA, 2008).

Figura 1. Em 1938, torcedores se aglomeravam em frente aos alto-falantes para escutar as transmissões dos jogos da Copa. Na época houve a primeira transmissão esportiva em rede nacional.



Os seguidores da teoria do “ópio do povo” consideram a Copa do Mundo de 1970 como o período em que o futebol foi usado no Brasil como legitimador da política nacional. O país que ganhou várias representações como a da “Pátria de Chuteiras”, cunhada por Nelson Rodrigues e atualmente questionada pelo sociólogo Ronaldo Helal, atingiu o auge do sucesso quando foi campeão mundial nos anos de 1958, 1962 e 1970.

O futebol começa a passar a ilusão do substituto do sucesso à classe de menor poder aquisitivo, produzido pela onda do capitalismo (SILVA; SANTOS, 2006).

Na visão de Pires e Ribeiro (2004), o esporte moderno e a indústria cultural estão relacionados, levando em consideração a sua mudança estrutural no que se refere ao um produto da venda e no sentido de uma dominação ideológica, banalizando a produção cultural, preparando-a para uma massa de potenciais consumidores prontos.

Os investimentos no esporte se assemelham ao do trabalho, pois surge com características de espetáculo ou de rendimento. O futebol enquanto negócio, ganha um mercado produtor onde os jogadores e empresários é que organizam o espetáculo. Como ramo da indústria cultura, pertencente ao setor dos serviços de entretenimento, multiplicam-se as instâncias de legitimação deste esporte por meio da criação instituições como clubes, associações, confederações, ligas e federações, aliados difusão do futebol pela imprensa (SILVA; SANTOS, 2006).

Os fundadores da Escola de Frankfurt defendem que os meios de comunicação reproduzem relações de forças nos âmbito econômico e social. Na concepção de Ana Caroline Rocha, a informação que deveria conduzir o homem para a liberdade por meio da ciência e da tecnologia, se torna um instrumento de dominação. A televisão é um dos principais meios de comunicação, segundo a lógica frankfurtiana do capitalismo, capaz de transformar o esporte em um espetáculo rentável e ao mesmo tempo se apropriar das imagens veiculadas para moldar o pensamento do telespectador, propondo modelos do que é esporte e da aproximação com a realidade (TEMER; NERY, 2004).

Figura 2. Futebol como o “ópio do povo”



Assim como a televisão, outros meios também exerciam este papel. É o caso do cinema, do rádio, dos quais o indivíduo dependia para se manter informado sobre os fatos. O esporte de rendimento que visa lucro é chamado de Esporte-Espetáculo, reproduzido por diferentes meios de informação. Na concepção do autor, esta definição se dar no momento em que o esporte é inserido na sociedade sob o viés de consumo e comunicação de massa (HOCHMÜLLER, 2011).

Embora a perspectiva da Teoria Crítica tenha sido evidenciada durante até meados da década de 80, a evolução sobre os estudos do futebol tem mostrado que este esporte passou a ser visto como integrante da cultura e da identidade brasileira, com carga simbólica de emoção, pertencimento e não mais apenas como um simples meio de mascarar os problemas sociais do país (HELAL; LOVISOLO; SOARES, 2011).

Na visão de Ana Carolina Rocha Pessoa Temer, no mundo globalizado pela comunicação, já não é possível se pensar em teoria crítica e nos estudos frankfurtianos. São muitas as transformações sociais, econômicas e políticas ocorridas que fizeram surgir um novo cenário e ambiente de reflexão acerca do esporte e, em especial, do futebol, assunto tratado nesse estudo (TEMER, 2004).

Nesse sentido, as manifestações da Jornada de Junho de 2013, em protesto contra o aumento do valor da passagem de ônibus, realizada em várias capitais do país durante a Copa das Confederações, são consideradas como um marco nesse cenário de mudanças em que o futebol já não exprime tanto fascínio na sociedade. Em meio à realização da competição, que antecederia o maior evento mundial, a Copa do Brasil no ano de 2014, o brasileiro foi às ruas reivindicar seus direitos por melhores condições básicas nas áreas de transporte, saúde e educação do país (OLIVEIRA; FIGUEIRA, 2014).

Durante as manifestações, a mídia tentou distanciar o telespectador e manipular a opinião pública ao máximo da verdadeira causa das reivindicações, a ponto de considerar os movimentos como atos de vandalismo. Mesmo com todos os traços culturais que tem o futebol no país, o movimento ganhou as ruas e o foco passou a ser as críticas ao governo brasileiro numa demonstração de amadurecimento e consciência crítica em relação à política do país (NETO, 2013).

O surgimento de novos meios de comunicação na era digital possibilitou novas práticas comunicacionais em ambiente marcado pela interatividade. Durante as

manifestações contra o aumento da passagem, as redes sociais foram utilizadas como forma de legitimação de que o movimento não se tratava de um grupo de rebeldes, mas sim indignação por causas sociais (NOGUEIRA, 2013).

As redes virtuais alteram os modos de ver e ler as formas de reunir-se, falar e escrever ou talvez imaginá-lo. Outras formas de ser sociedade e fazer política emergem das “mobilizações relâmpagos” ou *flash mobs*. Convocados por e-mails ou celular, reivindicações não ouvidas por organismos internacionais, governos e partidos políticos conseguem coordenação e eloquência fora da mídia (CANCLINI, 2008).

Figura 3 – No dia 20 junho de 2013 cerca de 300 mil pessoas protestam no Rio de Janeiro.



Figura 4 – Movimentos contra a realização da Copa do Mundo no Brasil.



Figura 5 - Protestos contra o aumento da tarifa de ônibus ganharam destaque nas redes sociais.



Conclusão

A Teoria Crítica focava as reflexões sobre o indivíduo da sociedade moderna, inserido em um contexto de dominação e alienação baseados nas ideias da Indústria Cultural que substituiu a cultura pela produção de bens de consumo em larga escala. Nesse sentido, a influência exercida pela indústria cultural sobre o esporte é evidente, quando se trata de um instrumento de manipulação e controle social, político e econômico baseado na lógica de mercado.

O futebol, com sua popularidade fascina e envolve milhares de pessoas ao seu redor e com isso se transformou em fenômeno das massas, com interesses políticos e ideológicos legitimados pelo Estado. Essa modalidade esportiva, em alguns períodos da história política, no caso específico do Brasil, tratado aqui nesse estudo, foi utilizada para manter as ideias governistas e políticas públicas implantadas a época.

Os meios de comunicação, em especial a televisão, tem contribuído, dentro da lógica da indústria cultural, no sentido de tornar o futebol como espetáculo de negócio, que proporciona reflexão mais aprofundada para se entender o esporte na sua lógica capitalista e de legitimação pelo Estado. A evolução sobre os estudos do futebol também evidencia este esporte na perspectiva de fenômeno social, integrante da cultura brasileira. As transformações sociais, econômicas e políticas fizeram surgir um cenário de reflexão que supera os pensamentos frankfurtianos. A relação do futebol com a

política na contemporaneidade faz pensar que este esporte fascina o brasileiro, mas não o impede de participar de forma democrática da luta pelos direitos sociais.

Referências bibliográficas

ADORNO, T. "A indústria cultural". In: COHN, G. (org.). **Textos de Theodor W. Adorno**. São Paulo: Ática, 1986.

ARAÚJO, L. Teoria da Comunicação. 2010. Disponível em:
<<http://legadointelectual.blogspot.com.br/2008/06/adorno-e-seu-pensamento-aplicado-nas.html>
- acessado em 01/08/2014>. Acessado em 02/08/2014.

CAMPOS, R. M. M. Indústria Cultural e Cultura da Mídia: Produção e Distribuição do Entretenimento na Sociedade Global. In: **Intercom – XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Universidade de Brasília, 2006.

CANCLINI, M. G. **Leitores, Expectadores e Internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

FREITAG, B. **Teoria Crítica: Ontem e Hoje**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

FREITAS, L.; TUZZO, S. A. O Pensamento da Escola de Frankfurt e a Comunicação em Paulo Freire: uma semelhança possível. In: **Intercom – XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste**. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2012.

HELAL, R.; LOVISOLO, H.; SOARES, A. J. G. **Futebol, Jornalismo e Ciências Sociais: Interações**. Rio de Janeiro: Faperj, 2011.

HELAL, R.; SOARES, A. J.; LOVISOLO, H. **A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria**. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

HOCHMÜLLER, H. L. S. O futebol brasileiro frente diferentes perspectivas. **Revista Digital. Buenos Aires**, v. 16, n. 157, *online*, 2011.

HOHLFELT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MATOS, O. **A Escola de Frankfurt: luzes e sombras do iluminismo**. São Paulo: Moderna, 1993.

MATTELART, M.; MATTELART, A. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

MELO, J. M.; GOBBI, M. C. **Pensamento Comunicacional Latino-Americano: da pesquisa – denúncia ao pragmatismo utópico**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

NETO, O. G. S. Brasil, 2013: reflexões e metáforas. In: SOUSA, C. M.; SOUZA, A. A. **Jornadas de junho: repercussões e leituras**. Paraíba: Eduepb, 2013.

NOGUEIRA, S. G. A Geração 2.0 “faz a hora”, vai às ruas e sacode o país. In: SOUSA, C. M.; SOUZA, A. A. **Jornadas de junho: repercussões e leituras**. Paraíba: Eduepb, 2013.

OLIVEIRA, L. A.; FIGUEIRA, P. R. Manifestações Contra a Copa do Mundo: as Relações Esporte-Política e a Configuração Contemporânea do Ambiente Político-Comunicacional. **Em Debate**, Belo Horizonte, v.6, n.2, p.20-26, 2014.

PIRES, G. L.; RIBEIRO, S. D. D. Indústria cultural, esporte e mídia: faces ocultas do poder simbólico. 2004. Disponível em: <file:///C:/Users/kyria/Downloads/25_serjio_2003_2004.pdf>. Acessado em: 01/08/2014.

SILVA, L. O. B. **Escola de Frankfurt**. 2009. Disponível em: <<http://sociologiadepantao.blogspot.com.br/2009/06/filosofia-resumo-9-o-problema-politico.html>>. Acessado em: 01/08/2014.

SILVA, F. C. T.; SANTOS, R. P. **Memória Social do Esporte: futebol e política: a construção de uma identidade nacional**. Rio de Janeiro: Faper, 2006. v. 2.

SOUZA, M. A. **Indústria Cultural e Semiformação: A Produtividade da Subjetividade**. 2011. Disponível em: <<http://filosofonet.wordpress.com/2011/04/27/industria-cultural-e-semiformacao-a-producao-da-subjetividade>>. Acessado em 02/08/2014.

SOUZA, D. A. **O Brasil entra em campo!: construções e reconstruções da identidade nacional (1930-1947)**. São Paulo: Annablume, 2008.

SUANNE, A.; ROCHA, E. **Futebol, um grande gol da indústria cultural futebol e seu caráter narcotizante**. 2008. Disponível em: <<http://triplicandoaej.blogspot.com.br/2008/06/futebol-um-grande-gol-da-industria.html>>. Acessado em: 02/08/2014.

TEMER, A. C. R. P. Críticas a Teoria Crítica: Repensando o Impacto dos Frankfurtianos nos Estudos Brasileiros de Comunicação. In: MELO, J. M.; GOBBI, M. C. **Pensamento Comunicacional Latino-Americano: da pesquisa – denúncia ao pragmatismo utópico**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.



I Fórum de Pesquisas em Comunicação, Esporte e Cultura
I Seminário Internacional do Laboratório de Estudos em Mídia e
Esporte - "Copa do Mundo, Mídia e Identidades Nacionais" – Rio de
Janeiro, RJ – 24 a 26/9/2014

TEMER, A. C. R. P.; NERY, V. C. A. **Para entender as Teorias da Comunicação**. Minas Gerais: Aspectus, 2004.

WIKIPÉDIA. Teoria Crítica da Sociedade. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Teoria_cr%C3%ADtica_da_sociedade>. Acessado em:
01/08/2014.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. 3. ed. Lisboa: Presença, 1994.