

A Politização de Objetos Esportivos: Redistribuições Simbólicas do Consumo a partir da Vinculação de Atletas a Causas Sociais

Eliza Bachega Casadei

Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). E-mail: elizacasadei@yahoo.com.br

Nara Lya Cabral Scabin

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi. Doutora e mestra em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Tem pós-doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM. E-mail: naralyacabral@yahoo.com.br

Thalita Storel

Mestranda em Comunicação e Práticas do Consumo na ESPM. E-mail: tha.storel@gmail.com

Resumo: Diante de um contexto em que manifestações públicas de atletas sobre causas sociais têm sido cada vez mais frequentes, o objetivo deste artigo é debater como se dá o processo de politização dos objetos esportivos. Com base em Rancière, entendemos a politização de objetos esportivos como uma redistribuição simbólica de um bem de consumo que tem seus sentidos deslocados do campo da *polícia* para um espaço de dissenso. A discussão proposta estrutura-se em três tempos: 1. revisão de literatura sobre o ativismo esportivo; 2. recuperação de práticas recentes de ativismo de atletas e objetos esportivos politizados; e 3. mapeamento de processos semióticos a partir dos quais podemos delimitar e definir a politização dos objetos esportivos.

Palavras-chave: politização, esporte, consumo, semiótica da cultura, dialogismo.

La Politización de los Objetos Deportivos: Redistribuciones Simbólicas del Consumo Basadas en la Vinculación de los Deportistas con Causas Sociales

Resumen: En un contexto en el que las manifestaciones públicas de deportistas sobre causas sociales han sido cada vez más frecuentes, el objetivo de este artículo es debatir cómo se desarrolla el proceso de politización de los objetos deportivos. A partir de Rancière (1996), entendemos la politización de los objetos deportivos como una redistribución simbólica de un bien de consumo que tiene sus significados desplazados del campo *policial* hacia un espacio de disensión. La discusión propuesta se estructura en tres etapas: 1. revisión de la literatura sobre el activismo deportivo; 2. recuperación de prácticas recientes de activismo deportivo por parte de deportistas y objetos deportivos politizados; y 3. mapeo de procesos semióticos a partir de los cuales podemos delimitar y definir la politización de los objetos deportivos.

Palabras clave: politización, deporte, consumo, semiótica cultural, dialogismo.

The Politicization of Sports Objects: Consumption Symbolic Redistributions Based on Athletes' Connection to Social Causes

Abstract: In a context in which public manifestations by athletes about social causes have been increasingly frequent, this article aims to discuss how the process of sport objects politicization takes place. Based on Rancière (1996), we understand the politicization of sport objects as a symbolic redistribution of a consumer good that has its meanings displaced from the *police* field to a space of dissent. We structure the discussion in three stages: 1. literature review on sports activism; 2. recovery of recent sports activism practices by athletes and politicized sport objects; and 3. mapping of semiotic processes from which we can delimit and define the politicization of sport objects.

Keywords: politicization, sport, consumption, semiotics of culture, dialogism.

As manifestações públicas de atletas sobre causas sociais têm sido frequentes. Durante a realização dos Jogos Olímpicos de Tóquio, uma reportagem da *Folha de S.Paulo* materializa esse fenômeno ao explicitar em seu título que “Ativismo crescente no esporte desafia regras olímpicas que limitam protestos” (Castro, 2021). Diante desse cenário, o objetivo deste artigo é debater como se dá o processo de politização dos objetos esportivos a partir do discurso público de atletas politicamente engajados. Para isso, observamos práticas recentes de ativismo de atletas e objetos de consumo politizados por eles, com o objetivo de mapear processos semióticos a partir dos quais podemos delimitar e definir a politização dos objetos esportivos.

Nesse percurso, buscamos evidenciar o papel de discursos midiáticos na repercussão e potencialização das manifestações públicas por parte de atletas, organizações atuantes no campo do esporte e consumidores de objetos esportivos. Ao mesmo tempo, por meio da análise dialógica de enunciados que captam processos de politização de objetos esportivos, procuramos identificar campos semióticos que, atravessando tais objetos, tensionam suas fronteiras de sentido.

Dessa forma, veremos que os exemplos destacados oferecem indícios à compreensão de aspectos comuns aos espaços de dissenso abertos e às visibilidades tensionadas/produzidas como parte dos processos de deslizamento semiótico que constituem a politização de objetos esportivos.

A Politização dos Objetos Esportivos

Mas, afinal, como podemos conceitualizar a politização dos objetos esportivos?

Quando nos referimos à politização dos objetos, usamos a distinção proposta por Rancière (1996) entre *política* e *polícia*. Ao passo que a polícia define “a distribuição dos lugares e funções” (p. 42) legitimada na cultura, a política é reconhecida como o lugar do dissenso, o espaço em que as representações socialmente compartilhadas são contestadas e uma nova distribuição simbólica é proposta.

A polícia é “uma ordem dos corpos que define as divisões entre os modos de fazer, os modos de ser e os modos de dizer, que faz que tais corpos sejam designados por seu nome para tal lugar e tal tarefa” (Rancière, 1996, p. 42). A política segue outra lógica: “a atividade política é a que desloca um corpo do lugar que lhe era designado ou muda a destinação de um lugar; ela faz ver o que não cabia ser visto, faz ouvir como discurso o que era só ouvido como barulho” (Rancière, 1996, p. 42). Quando reportamos a politização dos objetos, referimo-nos a uma redistribuição simbólica de um bem de consumo que tem seus sentidos deslocados do campo da polícia (ou seja, do espaço simbólico que já lhe era designado pela cultura) para um espaço de dissenso, a partir da reconfiguração de seus sentidos.

Huff et al. (2021) chamam atenção para o fato de que os mercados não são apenas instâncias de troca de bens, mas também campos políticos, uma vez que os produtos trocados carregam significados. A partir de trocas discursivas de diferentes ordens, os bens estão sujeitos a processos constantes de resignificação e, a partir de sua materialização no discurso público, podem ser caracterizados como atores da luta política quando há disputas pelo significado legítimo dos atos de consumo.

Não nos referimos, contudo, a qualquer redistribuição simbólica. Nos termos de Rancière (1996), a política está vinculada à pressuposição de igualdade. É nesse sentido que

a política é a prática na qual a lógica do traço igualitário assume a forma do tratamento de um dano, onde ela se torna o argumento de um dano principal que vem ligar-se a tal litígio determinado na divisão das ocupações, das funções e dos lugares. (Rancière, 1996, p. 47)

A politização dos objetos relaciona-se a uma redistribuição simbólica que, na esfera pública, realoca os sentidos vinculados a uma mercadoria de forma a tornar o objeto de consumo símbolo do tratamento de um dano percebido – seja ele de ordem econômica, racial, de gênero etc. A mercadoria se torna política quando

seus sentidos passam a estar voltados para práticas representacionais que buscam reposicionar os lugares sociais consolidados.

A politização dos objetos está constituída em torno de movimentações simbólicas, a partir das quais há a “constituição de sujeitos específicos que assumem o dano, conferem-lhe uma figura, inventam suas formas e seus nomes” (Rancière, 1996, p. 52) – assim, a partir de sua circulação pública, são materializadas, nas mercadorias, demandas sociais de diversas ordens. No campo esportivo, não é raro que objetos de consumo sejam fruto de politização, em rearticulações simbólicas conduzidas por diferentes atores sociais (técnicos, jogadores e empresários) e seus posicionamentos na esfera pública. Há muito sabemos que há uma relação de extensão entre as mercadorias patrocinadoras de um atleta e os posicionamentos por ele assumidos na esfera pública. Assim, os sentidos carregados por um atleta são também vinculados aos objetos de que eles são embaixadores.

No caso do esporte e os objetos de consumo vinculados a práticas esportivas, observa-se que a literatura sobre o posicionamento político dos atletas e suas manifestações públicas de ativismo social é incipiente (Brown & Brison, 2018). Enquanto a representação midiática do atleta como ídolo, herói ou modelo de comportamento já foi amplamente mapeada em pesquisas acadêmicas, a construção do atleta como ator político é menos presente (Santos et al., 2020). O ativismo político de atletas, contudo, não é um assunto recente. Durante as décadas de 1960 e 1970, no auge do Movimento dos Direitos Civis, atletas como Muhammad Ali, Bill Russell, Jim Brown e Arthur Ashe defenderam a causa (Brown & Brison, 2018). No Brasil, jogadores de futebol como Sócrates, na década de 1980, foram vozes ativas contra a ditadura militar. Já ao longo dos anos 1990 e 2000, é possível observar um afastamento dos atletas de destaque de movimentos sociais, provavelmente por medo de repercussões financeiras e simbólicas (Brown & Brison, 2018).

Galily (2019) define o ativismo baseado no esporte como algo referente a “ações específicas realizadas por atletas para alterar e mitigar a natureza hegemônica de arranjos, regras, políticas, estatutos ou práticas estruturais ... que servem para reforçar a subordinação, marginalização e exploração de certos grupos” (p. 101). Muito embora o esporte seja uma instância social mediadora de relações e inequidades sociais, há um entorno cultural que faz o esporte ser visto por muitos “como um espaço apolítico onde organizadores, gerentes, treinadores, espectadores e atletas patrocinadores devem se concentrar exclusivamente em seu desempenho” (p. 103) ou, no máximo, nos benefícios da prática como “aptidão física, construção de caráter, trabalho em equipe e entretenimento social” (Galily, 2019, p. 103).

Nesse sentido, o posicionamento público de atletas a favor de causas sociais pode ser alocado dentro dessa definição de ação política, uma vez que redistribui o lugar do esporte como entretenimento para colocá-lo como espaço de contestação pública, em momentos em que o desempenho esportivo fica em segundo plano.

Em um estudo que mapeou o posicionamento sociopolítico de atletas e ex-atletas brasileiros sobre o cenário da pandemia da covid-19 expressos em mídias sociais, Santos et al. (2020) mostram que, “entre atletas em atividade, predominam discursos articulados à promoção e realização de ações como forma de potencializar a imagem positiva da figura do atleta e instituições às quais se vincula” (p. 117). Por outro lado, ex-atletas “têm demonstrado percepções, opiniões, críticas, posicionamentos e ideias sobre o contexto sociopolítico geral e a pandemia, para além do campo esportivo” (p. 117). Os autores atribuem o menor engajamento político de atletas em atividade ao medo de perda de contratos, pois as mercadorias que representam também sofrem um processo de extensionalidade simbólica dos valores por eles defendidos.

Diante disso, Darnell (2012) chama a atenção para o fato de que grande parte dos atletas ativos posiciona suas demandas políticas em campos com pouca controvérsia social ou de maior palatabilidade política. “Posicionar o esporte como um catalisador para o desenvolvimento internacional ou para resolução de conflitos raramente gera controvérsia política, pois tende a confirmar crenças e desejos populares em relação à munificência da cultura esportiva”. Por outro lado, são mais raras as manifestações que partem do princípio de que a cultura dominante do esporte “exige e privilegia

a normatividade e a conformidade – por meio de estruturas interligadas de raça, classe, gênero, sexualidade, habilidade e práticas corporais – ao invés de um local de valores universalmente reconhecidos e celebrados” (Darnell, 2012, p. 66).

Em consonância com tais assunções, Cunningham e Regan (2011) conduziram um estudo com foco em atletas afro-americanos do sexo masculino que atuavam em propagandas, com o objetivo de examinar a influência do tipo de ativismo e do nível de identidade racial nas percepções de confiabilidade e adequação do atleta ao produto. Os autores identificaram que as percepções de confiabilidade foram maiores quando o atleta estava engajado em um ativismo não controverso. Atletas que se posicionam em áreas de ativismo político mais controversas sofrem maiores sanções financeiras.

A politização dos objetos esportivos, nesse sentido, desenha um campo marcado 1. pelo reposicionamento da cultura do esporte como espaço de entretenimento em direção à visibilização do esporte como prática social e política; 2. pela ação de atores sociais vinculados ao esporte que se posicionam na esfera pública a favor de uma causa (da reparação de um dano) e que, por extensão, carregam esses valores às marcas e mercadorias que os patrocinam; e 3. pelo fato de que esses atos públicos reinscrevem a mercadoria em um campo de disputa de sentidos que fazem esse objeto deixar o âmbito da polícia para ocupar o campo da política.

No próximo tópico, detalhamos algumas dessas ações e, na sequência, discutiremos os processos de negociação de sentidos vinculados a essas práticas.

Camisetas, Capacetes e a Ressignificação de Objetos Esportivos

No dia 27 de junho de 2021, véspera do Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+, o Vasco lançou uma camiseta com as cores do arco-íris, símbolo do movimento. O lançamento veio acompanhado de um manifesto contra a homofobia e transfobia no esporte brasileiro que afirmava: “o Vasco da Gama assume para si a responsabilidade de se posicionar diante do tema, sem defender aquilo que é cômodo, mas sim aquilo que é correto” e “o clube será um parceiro daqueles que lutam contra o preconceito relacionado à orientação sexual ou à identidade de gênero de quem quer que seja” (Bocatto, 2021). Após essa ação, o Flamengo também anunciou o lançamento de uma camiseta em apoio ao movimento LGBTQIA+ como parte de sua linha casual.

Mais de dois anos antes das iniciativas dos clubes cariocas, uma ação da agência Y&R para a Kimonos Dojô, marca brasileira de artigos para artes marciais, assinalava o apoio de uma empresa do campo esportivo à causa LGBTQIA+: nomeada “Faixa da Resistência”, a peça fabricada nas cores do arco-íris buscava chamar a atenção para os índices alarmantes de LGBTfobia no Brasil. Além de os valores arrecadados com a venda serem doados para o Coletivo Trans Sol, o lançamento da faixa foi acompanhado pela criação de um site com videoaulas de defesa pessoal.

Para além dos exemplos brasileiros, organizações esportivas de outros países também têm se manifestado sobre causas sociais. As transmissões da liga de futebol americano dos Estados Unidos, por exemplo, são recheadas de espaços possíveis para mensagens, incluindo as dependências do campo e os elementos dos uniformes dos jogadores e das comissões técnicas. Algumas ações envolvendo manifestações políticas e sociais ocorrem há bastante tempo na Liga, como o programa Salute to Service, que arrecada fundos para organizações não governamentais de suporte a grupos que participaram de serviços militares; ou o Crucial Catch, programa destinado à conscientização e tratamento de câncer. Ambos os programas atuam com objetos temáticos vinculados aos times e são apresentados durante os jogos pelos integrantes das equipes, em redes sociais e produções audiovisuais de divulgação e conscientização sobre os temas.

Além disso, intervenções em campo e em partes dos uniformes foram permitidas pela NFL, sempre ligadas a movimentos apoiados pela Liga e com arrecadação de fundos, já que as regras sobre modificações sempre foram muito rígidas, impedindo que os times e os próprios jogadores alterassem qualquer aspecto dos uniformes. Mas, em 2015, surgiu My Cause, My Cleats, uma abertura para modificações em que os jogadores escolhem causas para apoiar e artistas para modificar as

chuteiras, como foi o caso do jogador George Kittle apoiando o programa de apoio militar Tragedy Assistance Program for Survivors (TAPS). Esta iniciativa permite que durante uma semana da temporada regular os jogadores possam modificar suas chuteiras com causas escolhidas por eles próprios e arrecadar doações para elas, podendo inclusive colocar as peças em leilão depois de utilizadas.

Mais recentemente, em 2020, identificamos modulações distintas nos posicionamentos assumidos no bojo da NFL. Pautadas pelas reivindicações sociais associadas ao movimento Black Lives Matter e utilizando a iniciativa Inspire Change, a NFL passou a estampar, no gramado e em objetos do jogo, como a trave, as frases “*It takes all of us*” e “*End racism*”, além de permitir que os jogadores estampassem nomes de pessoas importantes para o movimento e vítimas de racismo na parte de trás de seus capacetes. Não obstante, estes nomes foram selecionados previamente pela própria liga e disponibilizados em uma lista para escolha dos jogadores. Para a temporada de 2021, a liga de futebol americano continuou o que ficou conhecido como “*social justice helmet decals*”. Mas os jogadores podem escolher entre apenas seis mensagens pré-aprovadas pela NFL: “*End racism*”, “*Stop hate*”, “*It takes all of us*”, “*Black lives matter*”, “*Inspire change*” e “*Say their stories*”.

Outra liga de grande expressão nos Estados Unidos, a NBA, também permitiu aos seus jogadores que fizessem protestos em modificações de uniforme a partir de 2020. A liga de basquete também estipulou uma lista de frases possíveis para os jogadores colocarem na parte de trás de suas camisetas de jogo, no lugar dos próprios nomes. Mas, diferentemente da liga de futebol americano, a NBA permitiu o uso de expressões mais realistas usadas por movimentos negros, como “*Black lives matter*”, “*I can’t breathe*” e “*Listen to us*”.

Tendo em mente casos de posicionamentos de atletas e organizações como os que recuperamos brevemente nesta seção, passamos à discussão, na sequência do artigo, dos processos de ressignificação simbólica ensejados nessas ações.

Reconfigurações Simbólicas de Objetos Esportivos Politizados

No início deste trabalho, partimos da reflexão de que há um processo de politização do objeto esportivo que ocorre quando ele deixa o campo da polícia e passa a ocupar o campo da política. Nesse sentido, se tomarmos como pressuposto que “a emancipação social, na verdade, significa a ruptura da concordância entre uma ‘ocupação’ e uma ‘capacidade’” (Rancière, 2010, p. 41), é possível afirmar que objetos esportivos reposicionam lugares sociais consolidados ao vincularem-se a causas sociais, tais como as pautas LGBTQIA+, a luta antirracismo e as demandas feministas.

Para aprofundar nossas reflexões, recorreremos à semiótica da cultura, cujo arsenal teórico permite o entendimento sobre esses processos de negociação de sentidos. A partir da definição de *semiosfera* – entendida como um espaço a partir do qual os processos de semiotização da realidade acontecem –, a semiótica da cultura entende o espaço social como um ambiente marcado por diferentes trocas e negociações de sentidos em relações capazes de produzir novos textos. Tal como exposto por Nunes (2019), “a cultura precisa ser traduzida em um sistema de signos que possa codificá-la” (p. 200), o que se dá em um processo que “gera textos, textos de cultura ou culturais, isto é, a informação codificada de um certo modo que se introduz na memória coletiva”. Nesse sentido, a semiosfera constitui-se como o espaço em que acontece a semiose, “a partir de mecanismos de tradução, permanência, transmissão e exclusão de signos, códigos e textos” (Nunes, 2019, p. 201). As novas mensagens das ambiências comunicacionais advêm desses processos, nos quais certos sentidos ganham prevalência na cultura e outros são excluídos.

Assim, na semiosfera há estruturas nucleares – compostas pelos discursos normalizantes e sentidos consolidados compartilhados socialmente – e estruturas marginais – em que os sentidos ainda estão em disputa, e novos processos de significação estão em processo de consolidação e busca por legitimidade social.

Os sentidos dados aos objetos de consumo são também textos da cultura, que, por um lado, carregam discursos institucionais, disciplinas e modelos normalizantes;

e, por outro lado, são constantemente tensionados por discursos de caráter reativo, capazes de ressignificar esses objetos, alocando-os no campo da política e da dissidência. Para Scherer (2021), uma vez que os sentidos nucleares e marginais dos objetos estão em constante interação, “em alguns momentos há a intersecção de parte dessas esferas e é nesse momento em que novos textos, descontinuidades, rupturas de sentido podem ocorrer” (p. 5). Dessa forma, “a interação desses campos semióticos promove mudanças na estrutura da semiosfera como um todo e esse processo de troca entre elas acontece em locais denominados fronteira” (Scherer, 2021, p. 50).

Na fronteira, “se dão os encontros dialógicos entre diferentes sistemas e em que a produção de novos textos se torna mais intensa e frutífera”, assim, “os elementos mais homogêneos entre os sistemas da fronteira realizam a hibridização, o diálogo e a troca; enquanto que os elementos heterogêneos são realocados oferecendo a possibilidade da criação de novos sentidos, novas composições e novos significados” (Scherer, 2021, p. 6). Os movimentos semióticos de politização dos objetos esportivos podem ser interpretados à luz desse processo. Isso porque ações como a camiseta lançada pelo Vasco operacionalizam o tensionamento entre discursos sobre a masculinidade hegemônica e a homofobia no esporte (que ainda compõem a estrutura nuclear dos sentidos vinculados aos objetos esportivos) e outras formas de vivência das masculinidades (como discurso marginal).

A partir do princípio da bricolagem, é possível notar que tais objetos são atravessados por diferentes campos semióticos que pressionam fronteiras de sentido, conciliando sentidos de diferentes sistemas. Em reportagem da *Folha de S.Paulo* sobre as Olimpíadas de Tóquio, por exemplo, lemos que “As *intenções de cultivar um ambiente de suposta neutralidade política* [ênfase adicionada] durante um megaevento esportivo com representantes de duas centenas de países se chocam com a *realidade de um mundo efervescente e o crescente ativismo de atletas* [ênfase adicionada]” (Castro, 2021). Textualizando o embate entre estrutura nuclear (a defesa da neutralidade política no esporte) e estrutura marginal (o reconhecimento quanto ao crescente ativismo de atletas), o enunciado jornalístico dá a ver o tensionamento entre a inscrição do esporte no campo da política, que se manifesta na ação de instituições que regulam grandes competições esportivas, como o Comitê Olímpico Internacional, por um lado; e sua passagem para o campo da política, marcado pela contestação de representações socialmente compartilhadas, por outro.

A politização dos Jogos Olímpicos (entendidos como espaço de práticas esportivas, mas também como objeto de consumo) diz respeito à abertura de dissenso em torno da possibilidade de ações ativistas por parte de atletas. Ao mesmo tempo, o campo da política busca continuamente cooptar e pacificar a lógica dissidente da política, a exemplo da revisão, pelo próprio Comitê Olímpico Internacional, de suas diretrizes para a regra da Carta Olímpica, que proibia qualquer tipo de manifestação política, religiosa ou racial. Isso porque o novo documento delimita as circunstâncias em que manifestações políticas são permitidas e regula as modalidades em que elas podem ocorrer (Castro, 2021).

Evidentemente, a própria instituição das novas regras abriu espaço para novas contestações: “Para alguns, os avanços foram significativos. Na opinião de outros, insuficientes. A natureza do tema dificulta que se chegue a um consenso” (Castro, 2021). É sintomático que, às Olimpíadas de Tóquio realizadas em 2021, a exemplo de outros objetos esportivos *em politização*, corresponda a abertura de uma instável fronteira de trocas entre diferentes campos semióticos, marcada pela produção particularmente intensa de novos textos culturais, como é próprio dos processos de mudança estruturais na semiosfera.

Ao mesmo tempo, os exemplos extraídos da reportagem da *Folha de S.Paulo* mostram que trocas entre campos semióticos se manifestam em *relações dialógicas* estruturantes de enunciados em circulação em ambiências midiáticas – enunciados estes que, ao mesmo tempo que constituem elementos indiciários da politização de objetos esportivos, também representam forças constitutivas de processos de semiotização/ressemiotização na semiosfera. Entendendo o *dialogismo* tal como concebido na perspectiva do Círculo de Bakhtin – isto é, enquanto a relação eu/outro, que constitui o ser humano, a vida e a linguagem (Brait, 2014) –, é possível

considerar o atravessamento não apenas de enunciados específicos, mas da própria cultura, entendida como texto cultural, por relações dialógicas entre diferentes posições semântico-axiológicas, que se entrecruzam, negociam-se e (re)definem-se mutuamente¹.

¹ Não à toa, foi o pensamento de Mikhail Bakhtin, juntamente com os formalistas russos, que lançou as bases para a visão de *cultura como texto* proposta pela semiótica da cultura, sendo possível identificar elos importantes entre esta perspectiva e o dialogismo bakhtiniano (Pinto, 2014).

Pelas relações dialógicas, que se caracterizam como arena de valores ideológicos, estabelecem-se identidades e diferenças, constantemente em tensão, em conflito, construídas na e pela linguagem verbal, visual, verbo-visual. Dialogismo não se confunde, portanto, com diálogo, definido como estrutura de comunicação face a face. Há dialogismo em qualquer evento que envolva sujeitos em interação discursiva. (Brait, 2014, p. 515)

De volta ao caso dos Jogos Olímpicos, destaquemos a repercussão de dois episódios específicos: a adoção de uniforme longo pela equipe feminina de ginástica artística da Alemanha e a medalha de prata conquistada pela brasileira Rayssa Leal no skate. Os dois episódios exemplificam movimentos semióticos singulares, porém convergentes, de politização do esporte: enquanto o uso de trajes pelas atletas alemãs deu-se como forma de protesto contra a hipersexualização do corpo feminino, a circulação midiática da conquista de Rayssa Leal, alimentada por declarações da própria esportista, enfatizou a dimensão de “empoderamento” feminino do feito, no sentido de afirmar que skate também pode ser “coisa de mulher”.

O episódio envolvendo a equipe de ginástica alemã repercutiu fortemente em veículos jornalísticos de todo o mundo, que destacaram o caráter “engajado” da opção pelo uso de trajes longos. Uma reportagem da *BBC News Brasil*, por exemplo, destaca o embate entre uma convenção (campo da polícia) e a coragem de desafiar-la em prol da reparação de um dano (campo da política). Esse tensionamento comparece sobretudo em enunciados que relatam, em discurso direto ou indireto, falas de atletas: “‘Esperamos que as atletas que fiquem desconfortáveis com as roupas usuais se sintam encorajadas a seguir nosso exemplo’, disse Sarah Voss”; e “Sarah Voss explicou sua decisão em uma entrevista à emissora pública ZDF. ‘Todas nós, mulheres, queremos nos sentir bem nas nossas peles ...’” (“Sexualização...”, 2021). Como se vê, os enunciados tensionam a tradição que dita o uso de collants cavados em competições a partir de uma posição em defesa do direito da mulher ao próprio corpo.

Em uma rede de relações dialógicas que atravessam diferentes enunciados sobre os Jogos Olímpicos, o embate entre os campos da polícia e da política, materializados em contrapontos como *convenção vs. liberdade e dignidade vs. hipersexualização*, ecoa também no posicionamento público assumido pela ginasta estadunidense Simone Biles, cujas declarações alcançaram expressiva visibilidade em enunciados midiáticos, pautando um intenso debate sobre saúde mental e abuso sexual no esporte. É o caso, por exemplo, do artigo “Simone Biles é gigante no compromisso contra cultura de violência sexual”, publicado na coluna de Maria Carolina Trevisan para o *UOL*:

A ginasta norte-americana Simone Biles, que disse ter sido abusada sexualmente pelo médico esportivo Larry Nassar... A competição mundial em Tóquio trouxe também outras questões que têm sido tratadas em silêncio – quando tratadas – e sem o devido cuidado. A desistência da ginasta americana ... de participar das Olimpíadas obriga diversas instâncias em vários países a pensar sobre a cultura do esporte que encobre casos de violência sexual contra crianças e adolescentes. (Trevisan, 2021)

Por um lado, temos a postura denunciativa assumida por Biles em prol do interesse comum de uma coletividade; por outro, a cultura de violência sexual – e o silêncio que a recobre – como fonte de danos que afetam sobretudo mulheres, crianças e adolescentes. A dialogização dessas posições semântico-axiológicas corresponde também ao tensionamento entre estruturas da semiosfera, uma vez que o discurso ainda marginal da luta por igualdade de gênero no esporte instaura o dissenso em relação a práticas discursivas nucleares representadas por um histórico de abusos e acobertamentos em diferentes modalidades esportivas.

É o mesmo discurso (marginal) da luta por igualdade de gênero que aparece como cerne dos deslizamentos semióticos em jogo na repercussão da medalha

conquistada pela skatista brasileira Rayssa Leal. Neste caso, o dano a ser corrigido pelo posicionamento da atleta diz respeito à desigualdade de oportunidades e participação em modalidades consideradas “masculinas” ainda hoje. Mas aqui o tensionamento entre discursos normalizantes sobre o que seriam “esportes de mulher” e “esportes de homem” e discursos dissidentes de caráter reativo é acionado não por manifestações realizadas durante a competição, mas sim, por declarações dadas por Rayssa em entrevistas após a conquista da prata. É o que mostra a reportagem do *UOL* “Nunca escutei quem dizia que meninas não podem andar de skate”, diz Fadinha” (2021). Abordagem similar pode ser encontrada em matéria publicada pelo portal da *ESPN*, que destaca: “Rayssa Leal dá show também em entrevista e manda recado contra o machismo: ‘Esporte é para todo mundo’” (2021).

Fonte de discursos que parecem ter motivado a ressignificação da competição de skate feminino nos Jogos Olímpicos, a *performance* da atleta como figura midiática expandiu-se também para publicações em redes sociais digitais. Entre uma enxurrada de memes publicados por famosos e anônimos em homenagem à jovem estrela olímpica, a conta oficial da Turma da Mônica no Twitter postou uma ilustração de Rayssa em uma das artes do projeto “Donas da Rua”, que tem como objetivo discutir e favorecer o protagonismo e empoderamento femininos. Também chama a atenção o fato de, no mesmo dia da conquista da medalha de prata pela brasileira, a expressão “skate feminino barato” ter chegado a figurar entre os termos mais buscados no Google, segundo dados do Trends (Fantinato, 2021).

Os exemplos olímpicos de Rayssa Leal e da equipe alemã de ginástica artística, que buscamos recuperar brevemente à luz de relações dialógicas inscritas em enunciados midiáticos, assim como os demais casos discutidos anteriormente no trabalho, sugerem que processos de politização de objetos esportivos inscrevem-se na semiosfera como movimentos transversais a diferentes modalidades esportivas. Embora cada caso possua singularidades, em todos eles temos o deslocamento de sentidos estabilizados em estruturas nucleares por sentidos presentes em estruturas marginais, em interações fronteiriças que ensejam uma profusão de textos culturais.

Considerações Finais

A politização de objetos esportivos, enquanto movimento de ressemiotização e reposicionamento do próprio esporte na semiosfera – e, por conseguinte, na sociosfera –, encerra o potencial de constante expansão em direção a novos objetos (e práticas) do campo esportivo. Da mesma forma, não é possível apontar um único campo semiótico a atravessar os objetos esportivos, pressionando-os em direção a novas visibilidades, à produção de dissenso e, por conseguinte, à sua politização.

Não obstante, os exemplos analisados ao longo do artigo – de camisas de times de futebol em defesa dos movimentos LGBTQIA+ a manifestações de atletas olímpicas em defesa da igualdade de gênero, passando por ações das ligas de futebol e basquete dos Estados Unidos em apoio à luta antirracista – iluminam regularidades presentes nos processos de ressignificação em jogo em movimentos de politização de objetos esportivos na contemporaneidade. Trata-se de regularidades que nos parecem sugestivas justamente em relação ao que diferencia os processos de politização do esporte identificados nos últimos anos das formas “tradicionais” de manifestação política por atletas e organizações, marcadas pelo apoio a causas institucionais ou protestos dirigidos unicamente ao campo da política institucional.

Em suma, enxergamos como aspecto comum aos casos recentes que buscamos analisar a *contestação de marcadores de diferença* (de gênero, sexualidade e raça) pelo tensionamento de partilhas do sensível respaldadas em discursos normalizantes, convenções e regimes institucionais; dessa forma, tais atos contestatórios buscam deslocar o esporte – e seus objetos – do campo da polícia para o terreno da política, entendida, como nos ensina Rancière (1996), enquanto “prática na qual a lógica do traço igualitário assume a forma do tratamento de um dano” (p. 47).

Referências

- “Nunca escutei quem dizia que meninas não podem andar de skate”, diz Fadinha. (2021, 26 de julho) *UOL*. <https://bit.ly/3wyoNjU>
- Bocatto, D. (2021, 27 de junho). Vasco lança camisa de apoio ao movimento LGBTQIA+ e diz ‘se negar a aceitar a homofobia e a transfobia’. *ESPN*. <https://bit.ly/3ldSfGT>
- Brait, B. (2014). Mikhail Bakhtin. In A. Citelli, C. Berger, M. A. Baccega, M. I. V. Lopes & V. V. França (Orgs.), *Dicionário de comunicação* (pp. 512-516). Contexto.
- Brown, S., & Brison, N. (2018). More than an athlete: Constitutional and contractual analysis of activism in professional sports. *Sports and Entertainment Law Journal*, 1(2), 249-289.
- Castro, D. E. (2021, 20 de julho). Ativismo crescente no esporte desafia regras olímpicas que limitam protestos. *Folha de S.Paulo*. <https://bit.ly/3Mja2ll>
- Cunningham, G., & Regan, M. (2011). Political activism, racial identity and the commercial endorsement of athletes. *International Review for the Sociology of Sport*, 47(6), 657-669. <https://doi.org/10.1177/1012690211416358>
- Darnell, S. C. (2012). Paying the price for speaking out: Athletes, politics and social change. *International Council of Sport Science and Physical Education*, 63(1), 63-72.
- Fantinato, G. (2021, 26 de julho). Fada do skate, Rayssa Leal vira hit na web com medalha na Olimpíada. *Tecmundo*. <https://bit.ly/3lgb7Fi>
- Galily, Y. (2019). “Shut up and dribble!”? Athletes activism in the age of twittersphere: The case of LeBron James. *Technology in Society*, 58(1), 101-109. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.01.002>
- Huff, A., Humphreys, A., & Wilner, S. J. (2021). The politicization of objects: Meaning and materiality in the U.S. cannabis market. *Journal of Consumer Research*, 48(1), 22-50. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucaa061>
- Nunes, M. R. F. (2019). Memória do futuro, explosão, pancronia: A semiótica de Lotman e os estudos da memória e do tempo nas teatralidades juvenis. *Bakhtiniana*, 14(4), 192-210.
- Olimpíadas: Rayssa Leal dá show também em entrevista e manda recado contra o machismo: ‘Esporte é para todo mundo’. (2021, 26 de julho). *ESPN*. <https://bit.ly/3NlFtH>
- Pinto, J. (2014). Teorias do signo e da cultura. In A. Citelli C. Berger, M. A. Baccega, M. I. V. Lopes & V. V. França (Orgs.), *Dicionário de comunicação* (pp. 504-507). Contexto.
- Rancière, J. (1996). *O desentendimento*. 34.
- Rancière, J. (2010). *O espectador emancipado*. Orfeu Negro.
- Santos, D. S, Caetano, C. S., & Rufino, T. M. (2020). Atletas, ex-atletas e participação sociopolítica no cenário pandêmico covid-19: Uma análise de perfis do Twitter. *Áskesis*, 9(2), 117-136. <https://doi.org/10.46269/9220.599>
- Scherer, A. (2021, 4 a 9 de outubro). *Fronteiras da diversidade na publicidade contemporânea* [Apresentação de trabalho]. 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, Pernambuco, Brasil.
- Sexualização no esporte: o uniforme que ginastas alemãs estão usando para lutar contra o problema. (2021, 25 de abril). *BBC News Brasil*. <https://bbc.in/3wirbfn>
- Trevisan, M. C. (2021, 30 de julho). Simone Biles é gigante na luta contra cultura de violência sexual. *UOL*. <https://bit.ly/3wknru8>