

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

Disciplina: **Comunicação e Culturas Esportivas**

(Seminário em Processos Comunicativos e Práticas Sociais I: COM866 – turma PC3)

Carga horária: 30h – 2º semestre/2021

Dia da aula: Quinta-feira

Horário: 17h-20h

Professora: Ana Carolina Vimieiro

PROPOSTA

A disciplina vai introduzir os discentes à pesquisa sobre Comunicação e Esporte no Brasil e no mundo, buscando destacar lacunas de pesquisa e possibilidades de contribuição da Comunicação para a compreensão do fenômeno esportivo. Passaremos pelas agendas de pesquisa hegemônicas no Brasil (aquela forjada na relação entre identidade nacional + seleção masculina de futebol + Copa Mundo) e internacionalmente (com um olhar mais da economia política, da sociologia e dos estudos culturais). Depois, discutiremos alguns dos temas mais periféricos/emergentes (gênero, raça, midiaticização e convergência). A proposta é pensar em temas muito importantes para área, assim como propor uma reflexão de caráter mais epistemológico em que alguns eixos são bastante centrais para uma possível virada nos estudos sobre culturas esportivas: consumo, performance e interseccionalidades.

EMENTA

A pesquisa em comunicação e esporte. Identidade nacional, futebol e Copa do Mundo. Economia política esportiva. Sociologia do esporte. Escola de Leicester e violência. Esporte e estudos culturais. Gênero, raça, midiaticização e convergência. Consumo, performance e interseccionalidades.

OBJETIVOS

- Introdução à pesquisa sobre Comunicação e Esporte no Brasil e no mundo
- Apresentação e discussão das agendas de pesquisa hegemônicas
- Apresentação e discussão de temas periféricos e emergentes
- Proposta de reflexão epistemológica sobre comunicação e culturas esportivas

CRONOGRAMA

Aula	Dia	Tema	Textos de referência (previsão)
1	04/11	Apresentação; Agenda de pesquisa da área no Brasil	<p>Fortes, R. (2014). Um balanço dos estudos de esporte no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação de 2012. <i>Revista Contracampo</i>, (30), 83-100.</p> <p>Giglio, S. S., & Spaggiari, E. (2010). A produção das ciências humanas sobre futebol no Brasil: um panorama (1990-2009). <i>Revista de História</i>(163), 293-350.</p> <p>Toledo, L. H. d. (2001). Futebol e teoria social: aspectos da produção científica brasileira (1982-2002). <i>Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais</i>(52), 133-165.</p> <p>Helal, R. (2011). Futebol e comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil. <i>Comunicação, Mídia e Consumo</i>, 8(21), 11-37.</p>
2	18/11	Agenda de pesquisa na área internacionalmente (violência + economia política)	<p>Dunning, E. (2014). <i>Sociologia do Esporte e os Processos Civilizatórios</i>. São Paulo: Annablume.</p> <p>Giulianotti, R. (2002). <i>Sociologia do Futebol: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões</i>. Nova Alexandria.</p>
3	02/12	Esporte e estudos culturais	<p>Critcher, C. (1974). <i>Football since the war: a study in social change and popular culture</i>. Retrieved from http://books.google.com.au/books?id=LFYMAAAAYAAJ</p>
4	16/12	Comunicação, gênero e esporte	<p>DEVIDE, Fabiano Pries et al. Estudos de gênero na educação física brasileira. Motriz: Revista de Educação Física, v. 17, p. 93-103, 2011.</p> <p>BIRRELL, Susan. Feminist theories for sport. Handbook of sports studies, p. 61-76, 2000.</p> <p>Goellner, S. V. (2003). Bela, maternal e feminina: imagens da mulher na Revista Educação Physica. Editora Unijuí.</p>
5	13/01	Comunicação, raça e esporte	<p>DE SOUZA, Marcos Alves. Gênero e raça: a nação construída pelo futebol brasileiro. Cadernos pagu, n. 6/7, p. 109-152, 1996.</p> <p>Soares, A. J. (2001). História e a invenção de tradições no futebol brasileiro. In R. Helal, A. J. Soares & H. Lovisolo (Eds.), <i>A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria</i> (pp. 51-76). Rio de Janeiro: Mauad.</p> <p>Helal, R., & Gordon Jr, C. (2001). Sociologia, história e romance na construção da identidade nacional através do futebol. In R. Helal, A. J. Soares & H. Lovisolo (Eds.), <i>A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria</i> (pp. 51-76). Rio de Janeiro: Mauad.</p>
6	27/01	Midiatização e convergência	<p>Frandsen, K. (2014). Mediatization of sports. In K. Lundy (Ed.). <i>Mediatization of Communication</i> (pp. 525-543). Berlin: Mouton de Gruyter.</p> <p>Vimieiro, A. C. (2016). O torcedor como produtor: por uma abordagem comunicacional das culturas esportivas. Artigo apresentado no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), São Paulo. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3158-1.pdf</p> <p>Vimieiro, A. C. (2014). A produtividade digital dos torcedores de futebol brasileiros: formatos, motivações e abordagens. <i>Contracampo</i>, 31, 23-59.</p>

7	10/02	Consumo, performance e interseccionalidades	Crawford, G. (2003). The career of the sport supporter: the case of the Manchester storm. <i>Sociology</i> , 37(2), 219-237. Crawford, G. (2004). <i>Consuming sport: fans, sport and culture</i> . London: Routledge.
---	-------	---	---