

**Mulher, Gênero e Esporte na Televisão Aberta: os processos de recepção dos torcedores e telespectadores brasileiros no Jogo Aberto da Band<sup>1</sup>**

*Gabriela Ribeiro AMORIN<sup>2</sup>*  
*José Carlos MARQUES<sup>3</sup>*

GT 5 - Interfaces Comunicacionais

**RESUMO**

O presente trabalho tem como objetivo analisar a recepção dos discursos midiáticos digitais no Youtube por torcedores/telespectadores brasileiros, presentes em episódios do programa Jogo Aberto da Band. O episódio em questão contém temáticas ou debates acerca de problemáticas que envolvem gênero e sexismo e refletem os diferentes significados atribuídos à objetificação do corpo feminino. O referencial teórico-metodológico baseou-se, sobretudo, nos estudos de Martín-Barbero e Orozco Gomez (2013), sobre as mediações e os processos de significação da mensagem para com os processos de recepção. Para uma maior abordagem, serão utilizadas as teorias de percepção de sentidos e estéticas da recepção, de Maria Tereza Cruz (1986), que podem ser vinculadas às mediações culturais e aos processos de recepção, pontos-chaves para o entendimento do objeto estudado.

**Palavras-chave:** Recepção; discursos midiáticos; Jogo Aberto; mediações culturais; gênero.

**INTRODUÇÃO**

O futebol no Brasil torna-se objeto de muitas pesquisas em comunicação a partir de perspectivas que dialogam culturalmente com temáticas que são discutidas como sociedade. O universo futebolístico brasileiro possui raízes majoritariamente masculinas, e elas não atribuem-se somente ao espaço esportivo, mas também sociocultural, em que os valores nele embutidos e derivados estabeleçam limites que, embora estejam tão claros, estão ali presentes de uma forma mais ‘velada’ e devem ser

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VI Simpósio de Discursividades Midiáticas: “Paulo Freire e Comunicação: diálogos e aproximações”

<sup>2</sup> Graduada em Jornalismo pela UEMG – Universidade do Estado de Minas Gerais. Estudante do Mestrado em Comunicação pela UNESP – Universidade Estadual Paulista; e-mail: g.amorin@unesp.br.

<sup>3</sup> Orientador. Livre-Docente em Comunicação e Esporte pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Depto. de Ciências Humanas da Unesp. E-mail: [jose.marques@unesp.br](mailto:jose.marques@unesp.br).

observados perante perspectivas que tragam entendimentos acerca de discussões que muitas vezes estão em segundo plano, como as questões de gênero.

A entrada das mulheres em campo ou o debate gerado através de acontecimentos que envolvam o gênero subvertia a ordem da normalidade, até então. As reações decorrentes a partir desse momento expressam muito bem as relações de gênero em cada sociedade: quanto mais machista ou sexista, mais exacerbada a réplica e o discurso, inclusive quando o corpo da mulher é visto como um objeto de exploração de comentários e alvo de conceitos pré-estabelecidos de natureza sexual.

No contexto brasileiro, há uma virilidade virtuosa do esporte, frequentemente ressaltada pela expressão “futebol é coisa de macho” ou “coisa de homem”. O tema da representação da relação entre gênero e futebol estabelece diversos pontos de análise. Mesmo com as mais recentes tentativas oficiais de incentivo ao futebol feminino no Brasil, que ficou evidente como machismo característico, é o caso do Campeonato Paulista Feminino de 2001. Na época, a reportagem da Folha de S. Paulo<sup>4</sup> revelou que um dos pontos do projeto elaborado pela Federação Paulista de Futebol e pela empresa Pelé Sports & Marketing para o torneio condicionava seu sucesso a “ações que enalteçam a beleza e a sensualidade da jogadora para atrair o público masculino”, com calções mais curtos, maquiagem, cabelos longos e presos.

Outro episódio que marca o objeto de estudo e sendo ele um dos pontos centrais desse trabalho refere-se, ao dia em que a apresentadora Renata Fan do programa Jogo Aberto da Band publica uma foto de biquini como cumprimento de uma promessa quando o seu time, Internacional de Porto Alegre, vence a Copa São Paulo. A partir disso, no dia seguinte à publicação da foto, deu-se início a uma onda de comentários a respeito do corpo da apresentadora nas redes sociais e a própria exibição da foto no programa<sup>5</sup>, colocando Renata em uma situação de defesa após críticas de mulheres que defendem o movimento feminista e que enxergaram o episódio como exemplo de objetificação do corpo feminino para justificar os comentários dos torcedores/espectadores que se manifestaram. No dia seguinte, Renata se manifestou, através de um discurso, que não via a situação dessa forma e que levou o contexto como algo leve ou uma brincadeira.

O episódio despertou o interesse para a contextualização da temática, já que

---

<sup>4</sup> Link disponível para acesso: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2109200104.htm>

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=In6OV1JagrQ&t=118s>

envolve o gênero na categoria mulher como um norteador para a discussão dentro dos processos de recepção. Para a realização das análises deste trabalho, além dos conteúdos relacionados às temáticas de gênero dentro do programa Jogo Aberto, principalmente pelos divulgados e transmitidos no *streaming* do Youtube, é importante analisar a recepção de mensagens por parte desses torcedores, especialmente para entender as mediações que entram em jogo no processo de recepção.

## **METODOLOGIA**

Na obra *Dos Meios às Mediações*, Jesús Martín-Barbero (2013) disserta sobre o deslocamento das atenções da análise dos meios de comunicação para as mediações culturais no processo de recepção, por entender a recepção como um momento de fruição e interpretação, para além dos estudos funcionalistas que compreendiam o emissor como o controlador supremo do processo comunicacional.

Compreender as aproximações entre a produção de sentido e os papéis de gênero dentro do contexto do futebol brasileiro ajudam a sistematizar a relação existente que vai além dos processos comunicacionais, mas busca entender a relevância da história, assim como apresentada no início desse trabalho, acerca das relações de poder, que possuem atribuições do gênero na sua construção.

Sistematizar que os homens comentem acerca do corpo das mulheres em um espaço livre e público como a internet traz reflexões acerca de como essa recepção e produção de sentidos é afetada dentro do contexto do gênero.

Orozco Gomes (2005) centralizava seus estudos nos processos de mediação envolvidos na recepção televisiva, isto no momento em que este meio de comunicação era o principal instrumento de consumo de informação e entretenimento. No caso desta pesquisa, as mediações serão adaptadas para o contexto das mídias digitais. Para Orozco (2005), as mediações videotecnológica, cognitiva, situacional, institucional e de referência tratavam-se de importantes categorias de análise para investigar a recepção.

Tendo em vista que a contextualização desse trabalho está inserida no campo digital, a substituição da mediação videotecnológica pela mediação cibertecnológica parece justa, já que a mesma corresponde às plataformas digitais. Conforme Orozco (2005, p. 36), a produção de sentido que o interlocutor realiza “depende, então, da combinação particular de mediações em seu processo de recepção”.

## DISCUSSÕES/RESULTADOS

Diante dessa perspectiva, existe uma interação entre o *streaming* do Youtube, com o espaço de interação pelos comentários e usuários, e nesse projeto, busca-se também analisar esse fator no contexto do gênero dentro do futebol brasileiro, seja pelo discurso sexista ou até mesmo pela omissão de algumas informações da prática em relação às mulheres. Esta perspectiva em questão é fundamental para o profissional de comunicação, tendo em vista tratar-se de um fenômeno contemporâneo e relevante para a construção de conteúdo a um público expressivo no país.

Para a coleta e análise de recepção, através de pesquisa qualitativa, foram divididos alguns comentários que serão apresentados logo abaixo para melhor visualização da problemática.



Imagem 1 - Vídeo publicizado no Youtube do episódio do programa

Conforme visualizado nos comentários apresentados, os comentários recolhidos, todos redatados por homens no Youtube do programa Jogo Aberto, fazem referência ao corpo feminino de mulheres mais ‘jovens’ e ‘velhas’, quando atribui-se uma comparação entre esses corpos.

Dentro das três categorias de análise apresentadas, sendo visibilidade dos corpos, papéis de gênero e a objetificação do corpo feminino, estão as influências da padronização dos corpos, assim como o perfeccionismo deles.

Embora a satisfação corporal seja definida teoricamente em função da dimensão atitudinal da imagem corporal, a dimensão perceptual e discrepâncias nela originadas também têm sido entendidas como indicadora de insatisfação corporal. Alguns estudos entendem a

discrepância entre figuras de silhuetas apontadas como “corpo percebido atual” e “corpo ideal” como medida de insatisfação corporal”. (ALIPOOR, et al; 2009, s/p)

Os discursos que induzem à comparação dos corpos expressam a intolerância da sociedade quando corpos são colocados em debate. Existe uma ditadura do corpo ideal que define e difere o que é belo do que não é. Inseridas nos contextos das mediações e dos Estudos Culturais, essa relação de visão sobre o corpo feminino e consequentemente a construção cultural em cima da problemática caracteriza a conduta dos indivíduos nas caracterizações sociais e alteram essa perspectiva enquanto visão patriarcal, relacionada ao poder historicamente assumido por eles e à submissão das mulheres enquanto objeto de desejo e satisfação. A partir da recepção dos telespectadores, as mediações culturais entram no processo para entender os sentidos atribuídos aos comentários relacionados, que exploram essa temática.

As mediações são fundamentais para entender como a recepção dos telespectadores está inserida no processo comunicacional. É importante enfatizar a importância das características dos receptores; nesse caso, dos telespectadores quanto à recepção e consumo de informações.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS/CONCLUSÕES**

Além disso, para o processo de estética de recepção, constitui-se a fundamentação teórica de Maria Tereza Cruz (1986), com a obra *A estética da recepção* e *A crítica da razão impura*, que ressaltam que para uma estética de recepção, o sentido que resulta da obra, a cada leitura, é tanto a sua verdade quanto a verdade do seu receptor. “Um sentido onde obra e autor se implicam, ou seja, uma representação em que o dualismo/objeto se dilui [...] Este é o sujeito que uma estética da recepção põe em cena – o leitor implicado”.

O ponto em que uma estética da recepção rompe com a autonomia do sujeito e da obra é o da constituição do sentido, que nos surge como um processo de troca de ambos, em função de determinantes que nos vêm tanto do lado do texto, com as suas orientações de sentido, como do lado do sujeito historicamente situado, com o seu horizonte de expectativas [...] A obra literária, diz Izer, tem dois polos, a que podemos chamar de artístico e estético: o artístico refere-se ao texto criado pelo autor e o estético a realização levada a cabo pelo leitor. (CRUZ, 1986, p. 63)

Neste sentido, destacamos a importância dos estudiosos em comunicação em

compreender um público que está em constante mudança em relação ao consumo de mídia, pois as plataformas digitais estão cada vez mais presentes no cotidiano dos receptores. O consumo e a produção de conteúdo podem ser problematizados a partir do estudo das mediações culturais da sociedade, uma vez que o processo de midiaticização e circulação dos conteúdos não se desvinculam do cotidiano e da construção de imaginários, como, por exemplo, da cultura do machismo.

## REFERÊNCIAS

ALIPOOR, et al. 2009. **Analysis of the relationship between physical self-concept and body image dissatisfaction in female students.** Journal of Social Sciences, 5, 60-66

BARBERO, J. **Dos meios às mediações.** Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

BARROS, LM. **Recepção, mediação e midiaticização: conexões entre teorias europeias e latinoamericanas.** In: MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. Mediação & midiaticização [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, pp. 79-105. ISBN 978-85- 232-1205-6. Disponível em Scielo Books.

BUENO, Noemi Correa. A (in)visibilidade das mulheres em programas de TV: um estudo de caso entre Brasil e Portugal. **Tese.** Doutorado em Comunicação. Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação. UNESP. Bauru, 408 páginas. 2018.

BELOCHIO, V. **Mapeando os caminhos do Jornalismo Transmídia: Proposta metodológica para observação de veículos e interações de leitores em mídias sociais.** In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais. Curitiba: Intercom 2017.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade.** Civilização Brasileira. 1990.

CRUZ, MT. **A estética da recepção e a crítica da razão impura.** Revista de Comunicação e Linguagens. Universidade Nova de Lisboa. Ano 2000-01-01, n. 03, 1986.

DUARTE, Jorge. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** 2ª Edição. São Paulo: Editora Atlas. 2006 ECO, Umberto. A obra aberta. Editora Perspectiva, 1962.

HALL, Stuart. **A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo.** In: Educação & Realidade. jul/dez. 1997. p. 15-46.

HERSCHMANN, Micael; LERNER, Kátia. **O futebol e o jogo do bicho na “Belle Époque” carioca.** Rio de Janeiro: Diadorim, 1993.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. MARTIN-

MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. **Mediação & midiaticização** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, 328p. ISBN 978-85-232-1205-6. Disponível em SciELO Books.

OROZCO GOMES. Guilherme. **O telespectador frente à televisão: uma exploração do processo de recepção televisiva**. In: *Communicare*, n. 5.1, jun 2005. São Paulo: Cásper Líbero, 2006.

\_\_\_\_\_. **La investigación de las audiencias "viejas y nuevas"**. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. Ano 7, n.13, São Paulo: ALAIC, 2010. Disponível em <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/365/201>. Acesso em 02 de set. 2020.

PINHEIRO, Roberto Meireles, et al. **Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado**. 3. ed. – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

PISCITELLI, Adriana. **"Recriando a (categoria) mulher?"** In: ALGRANTI, Leila (Org.). *A prática feminista e o conceito de gênero*.

ROCHA, Aristides Almeida. **O Esporte e a Inserção Social dos Excluídos: Contribuição do Panathletismo**. São Paulo: USP/Panathlon Clube São Paulo, 2004a.

Sérgia de Oliveira, R. **O corpo feminino: Erotização e objetificação**. *Serviço Social Em Perspectiva*, 2 (Especial), 497-508. 2020. Disponível em: <https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/sesoperspectiva/article/view/1377>