



## **A Recepção do programa Globo Esporte e os sentidos produzidos por universitárias do município de Cabo Frio (RJ) <sup>1</sup>**

Andréia de V. Gorito (UERJ) <sup>2</sup>

### **Resumo:**

Este artigo visa discutir parte dos resultados obtidos num estudo sobre a recepção de jornalismo esportivo pela audiência feminina, a partir do programa de televisão Globo Esporte, exibido pela TV Globo. Tomaremos como base uma pesquisa realizada com dez universitárias do município de Cabo Frio, no litoral Norte do Estado do Rio de Janeiro, utilizando o grupo focal como metodologia qualitativa de investigação, com o objetivo de compreender os sentidos produzidos pelas mulheres em relação ao noticiário esportivo em questão, problematizando a relação entre mídia, esporte e sociedade.

**Palavras-chave:** Jornalismo Esportivo, Recepção, Programa Globo Esporte, Mulheres.

### **1. Introdução**

O crescimento da audiência feminina dos noticiários esportivos da televisão brasileira não é um fenômeno recente nem desconhecido para acadêmicos e profissionais da comunicação, mas certamente ainda representa um vasto campo a ser explorado pelos estudiosos de recepção. Durante anos, os programas de esporte apostaram suas fichas na fidelização e aumento do público masculino, baseados em estereótipos que permeiam o universo esportivo. Esse cenário se altera na década de 90, quando as emissoras passam a buscar novas audiências, entre elas, a das mulheres, modificando para isso a linguagem e a estrutura dos noticiários esportivos.<sup>3</sup> Neste artigo buscamos compreender os sentidos produzidos sobre o universo esportivo por um grupo de mulheres, a partir das informações apresentadas no programa televisivo *Globo Esporte*, exibido pela TV Globo, considerado o primeiro telejornal esportivo do país, líder absoluto de audiência no gênero e que, em 2008, completou 30 anos no ar. A audiência feminina deste programa é hoje equiparada a masculina e a primeira chega a ser superior em algumas cidades do Brasil.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado no GP de Comunicação e Esporte do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Andréia de V. Gorito é Mestre em Comunicação pelo PPGC/UERJ, professora e coordenadora do curso de Comunicação Social da Universidade Veiga de Almeida – campus Cabo Frio.

<sup>3</sup> Ver GORITO & HELAL, 2007.

<sup>4</sup> Fonte: Ibope Teleport – 2007/2008. Dados fornecidos à autora pela INTERTV – Cabo Frio revelam que a audiência feminina (acima de 18 anos) do Globo Esporte era de 42 pontos percentuais e a dos homens da mesma faixa etária, 36 pontos percentuais, em junho de 2007, segundo dados do Ibope Media Quiz.



Interessa-nos, particularmente neste texto, conhecer a audiência feminina do programa no que diz respeito ao gosto, relação com o meio, opiniões e visões de mundo, tendo como objetivos específicos: a) identificar quais os motivos que levam as mulheres a assistirem ao programa *Globo Esporte*; b) analisar como as mulheres percebem as informações esportivas apresentadas pelo noticiário; c) identificar como as mediações do cotidiano familiar, social, a posição de classe e fatores culturais participam do processo de produção de sentidos sobre as questões esportivas apresentadas diariamente pelo noticiário.

O cenário de nossa pesquisa é o município de Cabo Frio, localizado no litoral norte do Estado do Rio de Janeiro, onde a população assiste ao *Globo Esporte* através da INTERTV- emissora afiliada a Rede Globo. Realizamos um grupo focal com dez universitárias de uma instituição de ensino superior particular local, com idades entre 17 e 45 anos, que nos possibilitou construir algumas notas sobre a recepção feminina de noticiários esportivos no Brasil.<sup>5</sup>

## **2. Perspectivas teóricas da recepção**

Os estudos de recepção ganharam força nos 70, quando o processo de comunicação em circuito linear – emissor-mensagem-receptor, tradicionalmente concebido pelas pesquisas em comunicação de massa, passa a ser constantemente criticado por se concentrar no nível da troca das mensagens e pela ausência de uma concepção estruturada dos diferentes momentos enquanto complexa estrutura de relações. A introdução dos Estudos Culturais Críticos, com seus paradigmas norteadores, gerou no início certa instabilidade, ao deslocar o eixo dos debates dos meios para as mediações, isto é “*para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais.*”(MARTIN-BARBERO, 2006, p. 261).

Entretanto, apesar dos esforços de muitos pesquisadores nas últimas décadas, para Orozco-Gomez (2002) os estudos sobre recepção (ER) na América Latina têm tido um parto longo e difícil. Longo, porque demoramos muitos anos para nos preocuparmos com a racionalidade própria dos estudos sobre os efeitos dos meios. Difícil, porque os

---

<sup>5</sup> Este artigo é fruto da dissertação de mestrado desenvolvida pela autora no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UERJ, sob a orientação do professor Ronaldo Helal, defendida em 03/04/09.



estudos de recepção esbarram nas questões da legitimidade científica, enfrentando outras correntes de pensamento e debates sobre a metodologia mais adequada. O autor sintetiza:

La recepción es producción”; “La recepción es interacción”; Los receptores no dejan de ser sujetos sociales cuando están em interacción con los médios”; “La recepción no comienza ni termina em los momentos de contacto directo con los referentes mediáticos. (p.18).

No Brasil, três momentos podem ser destacados na trajetória dos estudos de recepção: a tradução e publicação da obra *Cultura e Sociedade*, de Raymond Willians, em 1970, o lançamento do livro *Dos meios às mediações*, de Jesus Martin-Barbero, considerado a bíblia dos pesquisadores que estudam recepção e a difusão de idéias de autores como Nestor Garcia Canclini, que trazem as discussões sob a ótica das particularidades da América Latina (SANTI E RONSINI, 2008).

Ao estudarmos a comunicação em nossa pesquisa, optamos então pelo espaço da recepção, que é o espaço da produção de sentido das comunicações, como aponta Martin-Barbero (apud Sousa, 2002): “*É uma espécie de um outro lugar, o de rever e repensar o processo inteiro da comunicação, da produção à recepção, em nossos países, em nossas culturas e em nossa sociedade*”. (p.42) e na advertência do autor de que não podemos compreender o que faz o receptor, sem levar em consideração a economia de produção. O espaço da recepção é, portanto, interativo, pois é nele que acontece a negociação de sentidos entre receptores, meios e mensagens.

Dessa forma, ao procurarmos compreender como determinados sujeitos recebem e interpretam as mensagens do *Globo Esporte*, por exemplo, estamos na verdade tentando reconstituir o sentido que estas pessoas dão a estas mensagens, procurando examinar seus comportamentos e atitudes. Para que a TV possa ter qualquer efeito sobre os telespectadores, primeiro os programas precisam ser percebidos e compreendidos. A audiência é ativa e atribui significados aos meios de acordo com sua realidade sociocultural. Para entrar de verdade na lógica da produção televisiva, Barbero sugere que devemos nos ater a um critério: o que importa, entre outros fatores, é o modo como a indústria televisiva semantiza e recicla as demandas oriundas dos “públicos” e seus diferentes usos. (MARTIN-BARBERO, 2006, p.333).



### 3. A recepção nesta pesquisa e o método de grupo focal

A expressão da opinião, com seus elementos de explicação podem nos ajudar a compreender de forma mais clara as transformações sofridas pela audiência. A compreensão dos mundos da vida dos entrevistados e de grupos sociais especificados é condição *sine qua non* das pesquisas qualitativas. A versatilidade e o valor da entrevista qualitativa são evidenciados no seu emprego abrangente em muitas disciplinas sociais científicas e em pesquisas comerciais, nas áreas de audiência de mídia, relações públicas, marketing e publicidade. (BAUER E GASKELL, 2002, p.66)

A primeira etapa de recrutamento de entrevistadas para a pesquisa consistiu na distribuição de cartazes afixados nas áreas de convivência de uma Instituição Privada de Ensino Superior de Cabo Frio, município que fica a cerca de 150 quilômetros da capital do Rio de Janeiro. Os cartazes afixados entre os dias 5 e 30 de outubro de 2008 recrutavam mulheres entre 17 e 45 anos interessadas em participar de uma pesquisa acadêmica sobre mídia esportiva e audiência feminina. As voluntárias deveriam deixar nome completo e telefone para contato na secretaria da coordenação do curso de Comunicação Social, entregues posteriormente à autora. Pela falta de recursos financeiros, limitamos nosso campo de pesquisa a esta instituição, a principal da região.

Nosso objetivo com a convocação era formar um núcleo relativamente homogêneo de mulheres que pudessem participar de um grupo focal ou *focal group*, através do qual fosse possível tirar algumas impressões sobre a recepção do programa *Globo Esporte* pelo sexo feminino. Os grupos focais são basicamente entrevistas em grupo, cujo o foco principal reside na interação do grupo e não num simples intercâmbio de perguntas e respostas entre pesquisador e participantes. (MORGAN, 1997).

Quarenta e duas pessoas demonstraram interesse em colaborar com a pesquisa, incluindo dois homens, que provavelmente não se atentaram a opção explícita no cartaz pelo sexo feminino. Por telefone, fizemos a triagem das voluntárias, com base numa breve entrevista, baseada num questionário pré-definido. Dessa forma, realizamos a seleção das dez participantes do grupo focal, agendado com um mês de antecedência e confirmado uma semana antes com as voluntárias, que estavam cientes dos objetivos da pesquisa, do método a ser utilizado e da recompensa, em forma de brinde. O termo seleção é empregado no lugar de amostragem, porque a amostragem carrega a



conotação dos levantamentos de pesquisa de opinião, onde a partir de uma amostra estatística sistemática da população, os resultados podem ser generalizados dentro de alguns limites. Por questões óbvias, numa pesquisa qualitativa a seleção dos entrevistados não pode seguir os mesmos procedimentos da pesquisa quantitativa.

O primeiro critério de seleção e inclusão das participantes foi o consumo regular de televisão. Ser universitária e morar em Cabo Frio também eram condições obrigatórias. Foram contatadas mulheres que declararam assistir televisão diariamente, e mesmo que eventualmente, a noticiários esportivos. Selecionamos ainda aquelas que disseram conhecer e assistir especificamente ao *Globo Esporte*.

Um grupo focal pode ser realizado com grupos heterogêneos ou homogêneos, dependendo do objetivo da pesquisa. A heterogeneidade costuma ser mais apropriada quando o objetivo da pesquisa é gerar algum tipo de polêmica, o que não nos interessava nesta pesquisa. Apesar da diferença de idade entre as participantes e da estrutura familiar, o grupo formado apresentou certa homogeneidade, por opção da autora, pois os participantes tinham em comum o sexo, o nível de escolaridade (superior incompleto/ em curso) e faixa de classe social, B-C, de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil, instituído pela ABEP – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, aplicado antes da realização do grupo focal.

Com um objetivo definido – descobrir como as mulheres recebem o discurso do *Globo Esporte* – e as metas a serem alcançadas (identificar suas preferências, comportamentos e críticas), elaboramos o roteiro da entrevista em grupo, a ser utilizado como ferramenta guia pelo moderador/pesquisador. Vale destacar que existem empresas especializadas nesta técnica de coleta de dados, porém em pesquisas acadêmicas o próprio pesquisador costuma assumir o papel de moderador, devendo estar consciente de suas habilidades em dinâmica de grupo e de sua capacidade de apresentar neutralidade em relação aos pontos de vista expostos durante a discussão. (Dias, 2008).

Em 18 de dezembro de 2008, realizamos o grupo focal com a participação das 10 voluntárias selecionadas. Alguns autores sugerem grupos com sete, oito e até 12 pessoas. O número de pessoas deve ser tal que estimule a interação dos membros de forma ordenada. Com menos de seis pessoas as interações podem não ocorrer, em virtude do fato de alguns participantes se sentirem intimidados pelos mais extrovertidos. Com mais de dez pessoas, por outro lado, é difícil gerenciar o tempo disponível para a



participação efetiva de todos e manter o foco da discussão. Para evitar que qualquer manifestação ou comentário passasse despercebido, convidamos um professor especialista em pesquisa de opinião pública para atuar como observador do processo<sup>6</sup>. O grupo focal foi realizado em uma sala de aula da universidade, às 14 horas, cumprindo todas as exigências desta técnica de pesquisa: as participantes foram dispostas em círculo, em ambiente calmo e arejado, cientes de que tudo estava sendo registrado por uma câmera de vídeo e por um gravador de voz e de que as informações dadas por elas seriam utilizadas em pesquisa acadêmica, respeitando o anonimato.

#### **4. As mulheres entrevistadas nesta pesquisa**

O sujeito receptor é a chave dos estudos de recepção. Por situar-se social e culturalmente, este sujeito produz sentidos que levam a compreensão do processo de comunicação, através das mediações. Longe de ser um mero decodificador de mensagens, este sujeito produz novos significados, de acordo com o conjunto de informações e experiências adquiridas ao longo da vida. (Martín-Barbero, 2006).

Apresentado por Hall (2003) como um sujeito ativo diante da mídia, este sujeito ocupa distintas posições na sociedade, assumindo muitas identidades. Para Escoteguy (2001), o ato de acessar os meios de comunicação e as formas como o sujeito interage com estes nem sempre é um ato racional e consciente. Assim, apresentamos na seqüência um breve perfil das mulheres que participaram do grupo focal nesta pesquisa. Os nomes das participantes do grupo focal foram substituídos por nomes fictícios, para preservar as fontes e a fidelidade das informações apresentadas:

**Mariângela**, 40 anos, casada, dois filhos adolescentes. Entrou para a universidade em 2007. Gosta de fazer atividades físicas e aproveita o tempo livre para se exercitar numa academia perto de casa. Médio interesse em assuntos esportivos. Assiste ao *GE* regularmente por causa dos filhos.

---

<sup>6</sup> Agradecemos ao professor e pesquisador Guilherme Carvalhido (UVA/RJ), que gentilmente nos auxiliou na realização do grupo focal.



**Patrícia**, 19 anos, namora, sem filhos, universitária, estagiária. Mora com a mãe e a avó, pois os pais são separados. O tempo livre é dedicado ao namorado, um estudante de medicina que vive no Rio de Janeiro. Tem alto interesse em assuntos esportivos. Assiste ao *GE* regularmente.

**Carla**, 41 anos, casada, um filho, universitária. Decidiu voltar a estudar em 2007 para aproveitar o tempo ocioso e fazer novas amizades. Médio interesse pelos assuntos esportivos. Assiste ao *GE* eventualmente.

**Marcela**, 18 anos, namora, sem filhos, universitária. Mora com os pais, não trabalha e sonha em casar e ter filhos. Está na faculdade há um ano. Baixo interesse pelos assuntos esportivos. Mas disse assistir ao *GE* eventualmente.

**Daniela**, 20 anos, namora, sem filhos, universitária. Filha de pais separados, mora com a mãe e o irmão caçula, em Cabo Frio. Alto interesse pelos assuntos esportivos. Assiste ao *GE* regularmente.

**Vanessa**, 36 anos, casada, dois filhos, universitária e dona de casa. Mora com o marido que é arquiteto, não trabalha fora. Voltou à universidade após a maternidade com o auxílio do PROUNI. Médio interesse pelos assuntos esportivos. Assiste ao *GE* regularmente.

**Renata**, 17 anos, solteira, sem filhos, universitária. Mora com os pais. Adora esportes e retende até se especializar em jornalismo esportivo, torcedora fiel do Vasco da Gama. Alto interesse pelos assuntos esportivos. Assiste ao *GE* diariamente.

**Márcia**, 43 anos, casada, dois filhos, universitária, professora de português. Voltou a estudar em 2007 e pretende ser jornalista. Baixo interesse pelos assuntos esportivos. Assiste ao *GE* eventualmente.

**Cristina**, 25 anos, namora, sem filhos, universitária, secretária. Formada em história, cursa atualmente pedagogia. Trabalha como secretária no horário comercial e no pouco tempo livre assiste TV e namora. Baixo interesse pelos assuntos esportivos. Assiste ao *GE* esporadicamente.

**Luana**, 20 anos, namora, sem filhos, universitária, estagiária. Mora com pais, uma médica e um empresário. Namora firme com João há dois anos. Gosta de moda e adora sair com o namorado os amigos. Tem alto interesse pelos assuntos esportivos. Assiste ao *GE* regularmente.



#### **4. Os programas Globo Esporte assistidos pelas mulheres pesquisadas**

O primeiro programa exibido ao grupo focal foi ao ar pela TV Globo em 08/12/08, numa segunda-feira. O conteúdo do programa, apresentado por Tino Marcos e Glenda Kozlowski, era basicamente o resultado dos jogos finais do Campeonato Brasileiro que aconteceram na véspera. A primeira reportagem do programa era sobre a recepção dos jogadores do São Paulo pela torcida são-paulina e a festa tricolor que acontecera numa churrascaria da cidade. O segundo VT exibido no programa tratava-se de um perfil do técnico são-paulino, Muryci Ramalho, feito pelo repórter Mauro Naves. A proposta do VT era valorizar o profissionalismo e o rigor do técnico tricolor. A terceira reportagem exibida era sobre a despedida do craque Edmundo do futebol, o camisa número 10 do Vasco da Gama.

No segundo bloco, a participação do quadro “VC (você) no Esporte”, demonstra a preocupação dos editores do programa com a audiência feminina. O vídeo escolhido foi enviado por uma telespectadora, Maria Terezinha, de Taguatinga, no distrito Federal, pela Internet. Na seqüência, uma entrevista feita pelo repórter Ivan More com os jogadores Dagoberto e Richarlyson, ressalta novamente o bom desempenho do São Paulo no Brasileirão. Finalmente, espaço para os demais clubes e estados brasileiros. Primeiro, num VT sobre o Grêmio, realizado em Porto Alegre, depois numa edição dos melhores momentos dos jogos do Campeonato Brasileiro pelo país. No terceiro e último bloco, uma matéria sobre a Stock Car aborda a vitória e as glórias conquistadas pelo piloto Ricardo Maurício no ano de 2008, seguida da leitura de uma nota lida por Tino Marcos sobre a Volta da Pampulha e a previsível vitória dos quenianos em Belo Horizonte, quebram a hegemonia do futebol no programa. Mas, na seqüência, reportagens sobre a luta dos times do Flamengo, Cruzeiro e Palmeiras por uma vaga na Taça Libertadores ditam novamente o tom do noticiário.

Até a esperada reportagem sobre a derrota do Vasco da Gama é finalmente exibida. Na matéria, o flagrante do torcedor vascaíno que ameaçou se jogar da arquibancada, absolutamente transtornado com o rebaixamento do time. O choro de jogadores e torcedores é destacado em imagens enquadradas e fortes. A última matéria do programa 1 é sobre a vitória do São Paulo, agora sim narrada em todos os detalhes. O hexacampeonato do tricolor paulista fecha a edição do *GE* em clima de alegria.



O segundo programa exibido ao grupo era bem diferente do primeiro e tinha ido ao ar em 16/12/08. Já na escalada, um cardápio variado de notícias. A reportagem de abertura é sobre a apresentação de Cuca como técnico do Flamengo. O texto brinca com as “quase” conquistas do treinador, que sempre “nada e morre na praia.” Na matéria seguinte, imagens do Programa *Bem Amigos*, exibido pela *SPORTV*, revelam a entrevista de Muryci Ramalho, técnico hexacampeão do São Paulo, a Galvão Bueno.

De volta ao estúdio, a nota lida pelos apresentadores do GE anuncia a ida de Alex Mineiro para o Santos. A terceira reportagem é sobre a contratação de Ronaldo, o Fenômeno, pelo Corinthians e a proposta diferenciada do clube para a venda de ingressos antecipados, mediante um cartão de fidelidade a ser adquirido pelos torcedores, seguido de uma nota coberta<sup>7</sup> por imagens dos jogos da competição de futebol sub-20, com destaque para os jovens talentos da partida entre Portuguesa e Internacional. Por fim, uma nota lida por Tino Marcos anuncia que o atacante Cacá anunciou estar sofrendo dores na região pubiana, investindo em tratamentos médicos.

O segundo bloco começa com o ginasta Diego Hypólito, que faturara o tricampeonato na super final da Copa do Mundo de Ginástica. O texto enfatizava a superação do atleta após as falhas cometidas nas Olimpíadas da China. Logo após, a contagem regressiva para a Liga Nacional de Basquete, com início em 23 de janeiro e a criação de um centro de treinamento de surfistas no Rio Grande do Sul, algo inédito no país. O destaque do programa foi a reportagem dos correspondentes internacionais Sônia Bride e Paulo Zero sobre os erros cometidos pelos árbitros de futebol e o efeito psicológico dos mesmos na cabeça dos jogadores, que posteriormente se transformaria numa série para o programa Fantástico. O terceiro bloco começa com o quadro “VC no Esporte”. O vídeo escolhido foi enviado por internauta mirim, fazendo embaixadinhas como um profissional. Ainda neste bloco, mais uma reportagem de olho no público infanto-juvenil. A matéria era sobre a “peneira” realizada pelo Roma no Brasil. Setenta e cinco meninos entre 8 e 14 anos participaram do processo seletivo. Na seqüência, uma peneira de vôlei, em Osasco. Encerrando o programa, uma entrevista com o técnico brasileiro Joel Santana, hoje treinador da seleção de futebol da África do Sul. Joel lembrou os tempos no Flamengo, e disse não se incomodar com as críticas sobre não saber falar inglês.

---

<sup>7</sup> Texto coberto por imagens. Pode ser gravado. (BISTANE & BACELLAR, 2006).



## **5. A produção de sentidos pelos sujeitos receptores: afinal, o que as mulheres acham do Globo Esporte?**

A primeira a questão a ser respondida pelo grupo era se discurso do noticiário esportivo pode ser considerado claro e objetivo. Todas as participantes concordaram que sim. **“A linguagem é bem simples e as brincadeiras fazem com que a gente entre no clima”**, disse Márcia, 43 anos.

Durante a exibição do primeiro programa, onde o futebol era predominante, notamos que o grupo apresentou certo desinteresse, principalmente em relação às reportagens sobre os clubes de outros estados (fora do Rio de Janeiro). Mariângela, 40 anos, e Carla, 41, questionaram logo no início. **“Só fala de São Paulo”**, comentou Carla. Na reportagem sobre o jogo do Flamengo, uma pequena pausa. Patrícia, 18 anos, levantou o assunto sobre as torcidas organizadas, demonstrando estar atenta às últimas notícias: **“Outro dia eu vi uma reportagem que falava da rivalidade, mas agora as torcidas estão em paz, fizeram uma espécie de acordo...”** Daniela, 20, complementou: **“muitos amigos meus vão ao Maracanã, eu gostaria de ir mais...”**

O tema da violência nos estádios ganha força entre o grupo. Mariângela, mãe de dois adolescentes, assume que não deixa os filhos irem aos jogos por medo da violência. **“Eles pedem pra ir, mas eu não deixo”**. Marcela, 18, diz: **“Minha mãe sempre diz que quando eu casar posso ir com o meu marido”**. Diante do relato, Luana, 20 anos, contou ao grupo com euforia que já esteve numa final de campeonato carioca. Apesar da preocupação com a violência nos estádios, elas ainda acreditam que o futebol carioca é menos violento que o futebol paulista: **“Não conheço bem o futebol paulista, mas, pelo que mostra na televisão, as torcidas são bem mais fanáticas e violentas”**, comentou Vanessa.

O ponto alto do primeiro programa foi a matéria sobre o rebaixamento do Vasco da Gama. Nada mais natural, afinal, ambas vivem no Estado do Rio de Janeiro e de alguma forma estavam atualizadas sobre a situação do time carioca. Mariângela chegou a comentar com o grupo sobre a beleza e a masculinidade do jogador Edmundo, provocando risadas entre as participantes: **“Esse tem cara de homem... meu Deus!”** Já Renata, 17 anos, assumidamente torcedora do Vasco, parecia triste em rever o fato: **“O problema não está no time. O Vasco precisa de uma administração séria, de investimentos etc.”**, justificou.



A participante Márcia, 43 anos, disse que gosta de ver a emoção das pessoas: **“Quando eles ganham parece que ganharam um milhão de reais. Quando perdem parece que estão num velório”**. Mariângela complementa: **“A situação é tão séria que até os flamenguistas devem ter ficado com pena do Vasco”**. Quando o programa terminou vieram mais comentários: **“Só teve futebol”**, lamentou Vanessa, 36 anos.

Durante a exibição do segundo programa, que prometia já na escalada mais ação e adrenalina com esportes radicais e amadores, silêncio absoluto entre o grupo. A preocupação com a forma física transbordou nos comentários. Mariângela questionou o corpo dos ginastas, excessivamente malhado: **“Fica feio demais, o corpo fica deformado”**. Caroline comentou sobre a altura das jovens que lutavam por uma vaga na peneira de vôlei de Osasco: **“Nossa, elas são enormes! Eu jamais poderia jogar vôlei”**, zombou da própria altura.

O que mais chamou a atenção das participantes no segundo programa exibido foi a reportagem feita por Sônia Bride, que abordava a pesquisa realizada na Europa sobre o lado psicológico dos jogadores durante as competições. Márcia, 43, comentou: **“A televisão tem que ter um lado educativo e matérias como esta da Sônia Bride ajudam o ser humano a pensar, a refletir sobre os assuntos”**. Mariângela, 40, endossou: **“É o tipo de reportagem que eu gostaria que meus filhos assistissem num noticiário esportivo”**. Nota-se no discurso das participantes tanto em relação ao primeiro programa quanto ao segundo, uma ligação de direta entre o *GE* e o modelo de família nuclear. Durante a entrevista, chamou-nos a atenção o fato de todas terem citado seus namorados, maridos, irmãos e filhos. **“Quando eu morava com o meu pai assistia ao GE todos os dias. Agora, que estou morando com minha mãe, vejo menos futebol. Ela não tem o hábito de ver o programa e não tem muita graça ver sozinha”**, contou Daniela, 20. Marcela, 18, reitera: **“Assisto ao programa com o pessoal lá de casa, não tem graça ver futebol sozinha”**. Repare que no discurso de ambas o noticiário esportivo é tratado como sinônimo de futebol, um esporte que deve ser visto na companhia de outro. Cristina, que diz preferir outros programas ao *GE*, confirma a audiência coletiva do noticiário global e a influência do sexo oposto no que diz respeito ao tempo em se expõe ao programa: **“Assisto quando meu namorado está assistindo. Quando estou sozinha prefiro programas que tenham alguma utilidade, que ensinam a fazer alguma coisa, como o da Ana Maria Braga.”** Mariângela entra



no debate: **“Meu marido não gosta muito de programas esportivos, mas meu filho de catorze anos adora. Assistimos normalmente enquanto estamos almoçando, entre uma garfada e outra”**.

Estimuladas a pensar sobre como os homens encaram o interesse delas pelo universo esportivo, elas responderam: **“Eles nunca esperam que a gente entenda de verdade do assunto”**, diz Vanessa, 36 anos. Patrícia complementou: **“Eu já estou entendendo tudo de esportes, é sério!”**, provocando risadas entre as participantes. Luana, 20, corrobora: **“Meu namorado diz que eu também já estou entendendo tudo, ele até fica surpreso”**, diz a universitária orgulhosa. Entender de esporte parece um passaporte para o convívio com os homens ou mesmo uma prova da igualdade conquistada em outros campos. Levantamos a hipótese de identificação com as jornalistas do sexo feminino, isto é, se o fato das mulheres terem conquistado espaço profissional neste mercado fez com que elas se interessassem mais pelo assunto. Vanessa, rapidamente, responde que sim: **“Acho muito bom ver que as conquistaram este espaço, por que não? Elas abriram as portas para nós”**. Mariângela diz: **“Não vejo diferença entre os jornalistas esportivos homens e mulheres, mas gosto muito de ouvir a voz da Milena Ciribelli”**, referindo-se a apresentadora que mais tempo ficou na bancada do programa.

Embora o objetivo do grupo focal seja a sinergia e não o consenso, o grupo chegou a uma opinião comum sobre o assunto, representada no discurso de Carla: **“O que importa é se o profissional (jornalista esportivo) é bom ou ruim, não o sexo dos mesmos”**. Daniela, 20 anos, lembra a repórter Mariana Becker, hoje responsável pelas coberturas da Fórmula 1: **“Ela faz ótimas reportagens”**. Quanto ao predomínio do “humor” no discurso do programa, as entrevistadas destacaram o fato de que o programa está entre dois telejornais, o *RJ TV* e o *Jornal Hoje*, que já cumprem o papel de noticiários mais sérios: **“Antes e depois do Globo Esporte tem jornal. É muita notícia de crime, desgraça e problemas. É bom assistir alguma coisa mais leve”**, diz Vanessa. Por esta razão, elas não acreditam que o programa deixe a desejar, do ponto de vista jornalístico.

Nossa terceira meta com o grupo focal se concentrava em enumerar as preferências apontadas pelas participantes. Para Patrícia: **“O Brasil é o país do futebol. Temos que estar por dentro dos assuntos”**. Entretanto, diante dos dois programas, as



mulheres ficaram mais atentas e se divertiram mais com as reportagens sobre outras modalidades, exibidas no segundo. Ao assistir a reportagem das jovens que participavam de uma peneira de vôlei, em Osasco, Márcia, professora de português, disse entusiasmada diante do grupo: **“Pratiquei handebol até os 18 anos. Eu jogava muito bem. É uma pena que o programa quase não fale sobre o assunto”**.

Diante do grupo, confirmamos, com base nas diferentes respostas, a preferência do público feminino pelas reportagens do tipo “comportamento”, aquelas em que fatos da vida cotidiana de atletas, dirigentes e torcedores são privilegiados. É como se as telespectadoras buscassem no programa alguma utilidade para a vida prática, como ficou evidente durante a exibição da já citada reportagem de Sônia Bride. Sem pretender esgotar o assunto nesta pesquisa, ciente de que novas amostragens possam enriquecer ainda mais este trabalho, enumeramos aqui alguns pontos relevantes: a) as mulheres compreendem o GE como um programa de entretenimento coletivo; b) as mulheres assistem ao GE por influência direta ou indireta de algum representante do sexo masculino; c) as mulheres elegem os assuntos do futebol como os mais importantes do programa, mas preferem assistir aos esportes amadores; d) as mulheres associam esporte (futebol) à violência; e) as mulheres preferem as reportagens comportamentais; f) as mulheres acham que o sexo do jornalista não tem relação direta com o nível de conhecimento e credibilidade; g) a prática esportiva pode estar diretamente ligada às suas preferências; h) o discurso do humor é bem tolerado pelas telespectadoras, que não gostam de exageros; i) o GE deveria, segundo as mulheres, ter mais reportagens educativas, que ensinassem algo ou fizessem o telespectador pensar.

## **6. Considerações finais**

Chegamos ao final deste artigo, o que não pressupõe a ausência de dúvidas e indagações até aqui. Nossa maior contribuição talvez seja abrir as portas para as pesquisas de recepção sobre a temática mídia e esporte no Brasil, possibilitando novos olhares não apenas sobre os diferentes gêneros de jornalismo esportivo e seus personagens, mas também sobre aqueles sem os quais os programas esportivos não fariam sentido de existir: os sujeitos receptores.

As dez mulheres pesquisadas aqui compreendem as notícias esportivas como assunto familiar, coletivo, através do qual é possível discutir vários aspectos de nossa



cultura e de fortalecer laços sociais. Apesar de nossas entrevistadas se enquadrarem num grupo homogêneo, no que diz respeito ao grau de escolaridade, classe social e gênero, elas apresentam diferenças quanto à idade e estrutura familiar. Se a homogeneidade facilitou a discussão em grupo, a heterogeneidade permitiu ampliar nossas reflexões e conclusões. É no dia a dia, através do noticiário esportivo, que elas percebem o quanto a prática esportiva beneficia a saúde, o quanto é possível obter ascensão econômica e social através dos esportes, ao mesmo tempo em que se preocupam com a agressão ao corpo provocada por algumas modalidades e com a violência nos estádios de futebol. Para nossas entrevistadas, acompanhar o noticiário esportivo é hoje tão importante quanto acompanhar o que acontece na política ou na economia do país. Para elas, compreender os espetáculos esportivos é consequência do progresso, da modernização e do novo papel que ocupam na sociedade.

As participantes do grupo focal confirmaram também alguns estereótipos. Apesar de reconhecerem sua força como consumidoras e como audiência, elas não se intimidam em admitir a influência masculina em suas escolhas. A maioria afirma que assiste ao *Globo Esporte* por influência do pai, do marido ou do filho. É como se buscassem elementos para garantir o entrosamento da família. Como o programa é exibido no horário do almoço, isso fica ainda mais fácil. Verificamos que as mulheres gostam de futebol e se interessam pelos assuntos ligados a este. Preferem, no entanto, reportagens menos técnicas e com mais emoção, mas rejeitam os exageros, o deslocamento de eixo das notícias e as piadas de mau gosto. Admitem que quando o assunto não é do interesse delas, quase sempre por tratar de notícias de outros estados do país ou de assuntos muito técnicos, não se intimidam em conversar ou fazer outras atividades durante o *Globo Esporte*.

As mulheres acreditam que a televisão e o jornalismo não podem esquecer o papel de entreter e educar. Por isso valorizam as reportagens que acrescentam algo a suas vidas. Para as entrevistadas desta pesquisa, o *Globo Esporte* nem sempre acerta na medida da notícia, mas é possível fazer uma comparação com a realidade. Há entre produtor e receptor da mensagem uma interação polissêmica, um processo de negociação de sentidos. Por estarem numa cidade de interior, as universitárias pesquisadas integram as tradições e moralismos de uma sociedade conservadora aos conhecimentos e tecnologias da sociedade moderna, num hibridismo cultural.



## 7. Referências

BAUER, Martin W. e GASKELL, George. *Pesquisa quantitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

BISTANE, Luciane e BACELLAR, Luciene. *Jornalismo de TV*. São Paulo: Contexto, 2006.

DIAS, Cláudia Augusto. *Grupo Focal: técnica de pesquisa de dados em pesquisas qualitativas*. Artigo. Disponível em <[www.gustavogamorim.googlepages.com/Grupo focal](http://www.gustavogamorim.googlepages.com/Grupo_focal)> Acessado em outubro/2008.

ESCOTEGUY, Ana Carolina. *Anotações para pensar o sujeito nos estudos culturais*. In: Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós). GT de mídia e recepção. N.10, Brasília, 2001. Anais – 1CD Rom.

GLOBO ESPORTE. Site oficial do programa. Disponível em <<http://www.globoesporte.globo.com>> Acessado em 2007/2008.

GORITO, Andreia. *O esporte na TV: o sucesso da programação esportiva da TV Globo*. Monografia da Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, 1998.

GORITO, Andreia e HELAL, Ronaldo. *Jornalismo esportivo e audiência feminina: o discurso do Globo Esporte*. Artigo apresentado no XXX Intercom, 2007, Santos/SP.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

\_\_\_\_\_. *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

LOVISOLO, Hugo. Tédio e espetáculo esportivo. In: ALABARCES, Pablo. *Futbologias, futebol, identidad y violencia en América Latina*. Buenos Aires: Clacso, 2003.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

MEMÓRIA GLOBO. Disponível em <<http://www.memoriaglobo.globo.com>> Acessado em julho de 2008.

MORGAN, David. *Focus Groups as qualitative research*. London: Sage, 1997.

OROZCO-GÓMEZ, Guillermo (coord.) *Recepción y mediaciones: casos de investigación em América Latina*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2002.

SANTI, Vilson Junior Chierentin e RONSINI, Veneza Veloso M. Um protocolo analítico para os estudos de comunicação: mediações na pedagogia crítica da mídia. In: *Líbero: revista acadêmica do programa de pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero*. Ano XI n. 21, junho de 2008.

SOUSA, Mauro Wilton de. A recepção e a comunicação: a busca do sujeito. In: SOUSA, Mauro Wilton de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002.