

---

## **Mulher, gênero e esporte na televisão aberta: os processos de recepção dos telespectadores brasileiros no Jogo Aberto da Band<sup>1</sup>**

Gabriela Ribeiro Amorin<sup>2</sup>  
José Carlos Marques<sup>3</sup>  
Universidade Estadual Paulista, UNESP

### **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.

### **O futebol como espaço masculino**

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 observados perante perspectivas que tragam entendimentos acerca de discussões que muitas vezes estão em segundo plano, como as questões de gênero. Elas não se atribuem apenas à prática e ao consumo, mas ações como comentar sobre o futebol

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<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)

estiveram presentes exclusivamente na vida dos homens, e que embora hoje mulheres façam parte, existem comentários e contextos dentro do meio televisivo que possuem naturezas sexistas.

Por certo que a prática esportiva feminina não é novidade deste século nem do passado, no entanto, é somente a partir das primeiras décadas do século XX que as mulheres conquistaram maior espaço neste território tido como “essencialmente” masculino. Uma das razões para tal conquista foi a participação feminina nos Jogos Olímpicos Modernos que, apesar de não ter se consolidado de forma tranqüila, muito menos fácil, possibilitou certa visibilidade à imagem da mulher atleta. (GOELNNER, 2005).

Ainda no ‘cenário’ masculino, a prática e consumo do futebol no Brasil, aconteceu, oficialmente, a partir do ano de 1894. Em contrapartida, alguns estudos dizem que a prática já existia e que partidas já haviam sido disputadas entre os anos de 1874 e 1894. Aquino (2000) nos mostra algumas características dos torcedores da época, confirmando o caráter, até então, elitista que o esporte possuía, além da posição das mulheres enquanto participantes da prática futebolística.

Na assistência, mulheres, em sua maioria jovens, de sombrinha, chapéus grandes e vestidos de cintura apertada, torciam, dando pequenos gritos ou apertando o lençinho nas mãos. Daí o nome de torcedor. Os homens, sós ou acompanhados, de chapéus de palha, muitos com vastos bigodes e suíças, fraques com calças listradas e até mesmo grossas bengalas. Muitas vezes fumavam charutos, mais caros ou mata-ratos, vendidos a preços populares (AQUINO, 2000, p. 220).

Dentro das questões socioculturais da origem do futebol no Brasil, não se estabelecem somente os papéis de gênero, mas também os econômicos, em um sentido atribuído de exclusão de classes sociais mais baixas na prática do esporte; assim como o foco na percepção do gênero, objeto dessa pesquisa.

[...] enquanto (o futebol) era um ‘jogo fino’, a partida de futebol era chamada de meeting, um lazer portanto, que trazia consigo a ideia de reunião, de conagração (...), sendo, na verdade, um esporte de exclusão dos extratos mais carentes da população. Quando, finalmente o futebol passa a ser praticado (...) pelo grande público, a partida (...) passa a ser chamada de racha (que traz consigo um sentido de divisão), sugerindo um lazer violento e desordeiro que, aliás, não se harmonizava com o tão almejado cotidiano ‘civilizado’ (HERSCHMANN e LERNER, 1993: p.48).

A partir de 1910, inicia-se um processo de popularização do futebol. O surgimento de clubes foi acelerado, devido à necessidade de ser mais organizado no país. A partir disso, surgem os campeonatos regionais, e desperta um interesse maior na população com faixa etária mais jovem-adulta, a partir dos 20 anos. O futebol passou a ser parte da identidade brasileira. Alguns anos depois, na década de XX, além da popularização, o futebol passa por um processo de profissionalização.

---

No que diz respeito ao gênero, segundo Goellner (2005), no início do século XX, o fortalecimento do corpo feminino através da exercitação física era visto como uma maneira de melhor preparar as mulheres para a condução de uma boa maternidade cumprindo, assim, com a máxima de que “as mães fortes são as que fazem os povos fortes” *apud* Thardiére (1940, p.60). No entanto, não eram quaisquer atividades aquelas que lhes eram recomendadas e o futebol, designado como muito violento para a conformação corporal feminina, caracterizava-se como uma delas.

### **A entrada das mulheres em campo**

A inserção das mulheres no mercado de trabalho durante a Revolução Industrial na Inglaterra foi necessária mais pela mão-de-obra masculina insuficiente do que propriamente por um direito à igualdade social, como assever Rocha *apud* Santos (2004): “Na prática, a inclusão de mulheres de classe média na força de trabalho mais beneficiou a economia do país do que as próprias mulheres”.

Entretanto, o papel da mulher no desenvolvimento econômico mundial a partir dessa época foi fundamental para que posteriormente, elas pudessem não só desempenhar o papel de operárias, mas também como profissionais em diversas áreas. Promovidas à parcela participante na sociedade trabalhadora, as mulheres decidiram ir em busca da igualdade em áreas que antes também lhes eram negadas, como a educação, a política e o esporte, complementa Rocha (2004).

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.

Assim, feministas têm inserido em suas pautas de reivindicações a discussão a respeito de adequadas representações de gênero, como pode ser observado a partir das práticas do Instituto Patrícia Galvão, do movimento Articulação Mulher e Mídia e da feminista Rachel Moreno (atuante no movimento feminista e integrante do movimento Articulação Mulher e Mídia, que consiste em uma reunião de diferentes entidades do movimento de mulheres do Estado de São Paulo com intuito de debater e atuar em relação à visibilidade feminina nos meios de comunicação), bem como em movimentos como Empodere Duas Mulheres, Revista AzMina, Think Olga, Não Me Kahlo, Força Meninas, Marias Marias, Todas Frida. (BUENO, 2018, p. 50).

---

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 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.

---

<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>

## A Teoria das Mediações por trás dos mecanismos de recepção

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”.

- Mediação videotecnológica: está vinculada com os artifícios que a televisão escolhe para provocar reações nos telespectadores, isto é, os modos de representar o que está sendo tratado a fim de mobilizar o telespectador. Segundo Orozco (2005, p.29) “é precisamente essa combinação de possibilidades técnicas do meio televisivo que permite naturalizar seu discurso ‘ante os próprios olhos’ do público telespectador”. É

importante enfatizar nesta pesquisa a mediação videotecnológica será substituída pela mediação cibertecnológica, que também possui capacidades técnicas de passar informações com graus de verossimilhança ao espectador e tem um alto grau de distribuição de dados.

- Mediação Cognitiva: está ligada às vivências do sujeito, ou seja, ao repertório/scripts vividos pelos espectadores. Os scripts são, conforme Orozco (2005, p.32), “sequências relevantes para a sobrevivência cultural que se aprendem na própria interação social. Sua aquisição começa desde muito cedo, idade em que o bebê interage com os que o rodeiam, e continua ao longo da vida”.

- Mediação Situacional: Trata-se da situação que o sujeito assiste ao conteúdo, por exemplo, sozinho ou acompanhado.

- Mediação Institucional: Neste caso, é o encontro de múltiplas instituições que provocam mediações. Um sujeito pode se apresentar em papéis diferentes, conforme o pertencimento às instituições. Dependendo do “local” em que ocorre a recepção, pode-se ter interpretações diferentes. Em casa, no trabalho, na universidade, enfim, o ambiente institucional reflete nos modos de ver. Além disso, no caso de informações repassadas pelos aplicativos, dependendo das instituições que os sujeitos que encaminham as mensagens pertencem, bem como as instituições que afluem em grupos virtuais, a interpretação do receptor pode ser alterada.

- Mediação de Referência: os estratos sociais, culturais, geográficos e os aspectos demográficos do receptor, que são levados em conta para a produção do conteúdo, são referentes que também se constituem como mediação.

Por outro lado, estão as mudanças nos formatos e nas próprias narrativas, nas formas de contar e o seu impactos na audiências e usuários, que abrem um ponto de investigação muito amplo, ainda pouco desenvolvido, mas fértil para a produção de conhecimento. Sejam os estudos de recepção transmedia, casos de transmediação, ou investigação participante das interlocuções nas redes sociais em que os participantes tem construído seus discursos e dando significado a sua nova participação. Um dos maiores objetivos é fazer algum sentido da imensidão de interlocuções que a conectividade atual permite frente e a partir de diversas telas. (OROZCO, 2010, p.28).

Seguindo a lógica das mediações, Barbero apresenta o mapa das mediações, que de acordo com ele, explica que os eixos conhecidos como diacrônicos são representados pelas Matrizes culturais para os Formatos Culturais e os sincrônicos, das lógicas de produção para as competências de recepção ou consumo, como expressado abaixo:



Imagem 5 - Mapa das Mediações  
Fonte: Martin Barbero, 2013

Barbero (2013) ainda explica uma lógica de exploração dentro do mapa, em que a mediação acontece no processo comunicativo, a saber a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. Para o autor, na página 294, “em vez de fazer a pesquisa a partir da análise das lógicas de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento, propomos partir das mediações”. Dessa forma, existe um roteiro em que as mediações podem ser inseridas.

<b>Situacional</b>	<b>Referencial</b>	<b>Cognitiva</b>	<b>Institucional</b>	<b>Tecnológica</b>
Meios e fontes de busca de informações	Nível educacional	Grau de relevância dos temas para o indivíduo	Papel nas instituições nos diversos pontos de vista	Meio que o consumidor utiliza para se informar
Acompanhamento de notícias/sozinho/acompanhado	Valores familiares	Modos de percepção ou leitura	Disputa com diferentes instituições sociais que perpassa no decorrer da vida do espectador, que contribuem	Particularidades técnicas do meio utilizado

			para produção de diferentes significados	
Conversa/dialoga com outros espectadores enquanto consome a informação	Gênero	Roteiros mentais produzidos sobre determinada temática consumida	Igreja, escola, trabalho, meios de comunicação provocam mediações	Gêneros midiáticos
Mídias sociais e relevância do destinatário da mensagem	Repertórios culturais	Enquadramento do tipo de bem cultural com maior relacionamento	Grupos formados por alguma instituição nas mídias/redes sociais	

Tabela 1 – Roteiro das mediações  
Fonte: Kalinke e Amorin, 2019

### **A recepção dos torcedores/telespectadores no Jogo Aberto**

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.



Itxlo. hace 1 año (editado)

Meninas abaixo de 25 anos zuando ela por talvez usar Photoshop, mas a Renata com quase 50 anos tem mais corpo que vocês 😏😏😏😏😏😏

Imagem 1 - Comentário de telespectador

Transcrição: “Meninas abaixo de 25 anos zuando ela por talvez usar Photoshop, mas a Renata com quase 50 anos tem mais corpo que vocês”

Wagner Roberto Gomes Wagner RO hace 9 meses

Renata dá de 10x0 em muitas meninas de vinte anos...Parabéns!!!

Imagem 2 - Comentário de telespectador

Transcrição: “Renata dá de 10x0 em muitas meninas de vinte anos... Parabéns!!!”

Sem canal hace 1 año

Renata com 42 anos tem mais corpo que mulher de 25...

Imagem 3 - Comentário de telespectador

Transcrição: “Renata com 42 anos tem mais corpo que mulher de 25...”

Cleison Marques hace 1 año

42 com corpinho e rostinho de 22 🤩🤩🤩 mulher mais linda da TV brasileira

Imagem 4 - Comentário de telespectador

Transcrição: “42 com corpinho e rostinho de 22. Mulher mais linda da TV Brasileira”



Renata Fan posta foto de biquíni e Denilson analisa

Imagem 7 - Vídeo publicizado no Youtube do episódio do programa  
Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no Youtube

Tendo em vista os cenários de preconceito e o desenvolvimento de temática dos papéis de gênero presentes no futebol, assim como no jornalismo esportivo em um programa de relevância e audiência como o Jogo Aberto para a televisão aberta brasileira, faz-se pertinente compreender os processos de recepção quanto aos comentários por parte dos torcedores/espectadores pelas plataformas de streaming, como o caso do Youtube, esse último justifica-se por conta da grande concentração de torcedores e a referência no país.

Nesse sentido, eis a intenção de estudar as mediações culturais por trás dos mecanismos de recepção, da produção de sentidos e da experiência estética, com a análise dos comentários dos torcedores apresentadas acima, que se encaixem nas categorias de análise, distribuídas da seguinte forma: os discursos sobre a visibilidade dos corpos, os papéis de gênero e a objetificação do corpo feminino.

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 conseqüentemente 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.

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 mediação e circulação dos conteúdos não se desvinculam do cotidiano e da construção de imaginários, como, por exemplo, da cultura do machismo.

## Referências bibliográficas

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

BARROS, LM. **Recepção, mediação e mediação: conexões entre teorias europeias e latinoamericanas.** In: MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. *Mediação & mediação* [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-BARBERO, J. *Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. **Mediação & midiatização** [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. Disponível em: . Acesso em: 18 de julho de 2021.

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>