

GÊNERO E IMPRENSA INTERNACIONAL: UM RELATÓRIO SOBRE A REPRESENTAÇÃO DE ATLETAS NOS JOGOS OLÍMPICOS RIO-2016¹

Rafael Marques Garcia²Erik Giuseppe Barbosa Pereira³

RESUMO

As pesquisas referentes à visibilidade feminina na mídia são escassas e o espaço destinado ao esporte masculino se sobressai ante ao feminino. As agências de notícias, que alimentam tal mídia, e que foram responsáveis pela cobertura dos Jogos Olímpicos realizados na cidade do Rio de Janeiro em 2016 não retrataram somente desempenhos e resultados esportivos, mas também como homens e mulheres na esfera atlética e profissional são expostos pelas matérias jornalísticas. À luz das hierarquias de gênero, o objetivo do nosso estudo foi analisar as imagens exibidas nas principais agências de notícias, mais precisamente, como retrataram as imagens de atletas masculinos e femininos. Para tanto, utilizamos os métodos descritivo e qualitativo e a técnica de análise de imagens. Os resultados apontam tratamentos ainda diferenciados para homens e mulheres, estas em detrimento desses, consolidando as desigualdades nas representações de gênero pelas lentes da mídia esportiva internacional. Conclui-se que tais agências vinculadas ao esporte reproduzem ou ratificam binarismos e sexismos hegemonicamente enraizados nas sociedades contemporâneas.

Palavras-chave: Gênero. Esporte. Mídia.

¹ Este trabalho contou com apoio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro - FAPERJ.

² Mestrando, Universidade Federal do Rio de Janeiro, rafa.mgarcia@hotmail.com.

³ Doutor, Universidade Federal do Rio de Janeiro, egiuseppe@eefd.ufrj.br.

1 INTRODUÇÃO

O que despertou o interesse pela realização do estudo foi o fato de o esporte ser visto como um fenômeno social que atinge adeptos e espectadores de todo o mundo. Ser amplamente retratado pela imprensa através da divulgação de imagens que causam impacto no leitor e nos praticantes que admiram e se identificam com as modalidades esportivas, faz com que o esporte recaia à sociedade como papel de destaque, onde a cultura midiática constrói e o renova de forma implacável.

Ao longo da história, percebemos que a promoção dos Jogos Olímpicos deu-se através da (re)produção de uma ideologia hegemônica, sexista, patriarcal e machista, o que de certa forma é corroborada pela mídia nacional. A partir desta premissa, sentimos a necessidade de pesquisar como os veículos internacionais atuam nesta realidade, sendo o objetivo do nosso estudo analisar, à luz das hierarquias de gênero, as imagens exibidas nos principais veículos internacionais de comunicação, investigando como eles retratam as imagens (fotos) de atletas masculinos e femininos.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Optamos na metodologia por desenvolver um estudo descritivo e de natureza qualitativa, caracterizando-se por ter um foco sócio antropológico e utilizando como estratégia a análise de imagens.

Inicialmente fizemos a seleção de quais modalidades teriam suas imagens coletadas e analisadas. Essa seleção elencou os seguintes esportes: futebol (pela sua popularidade), judô e atletismo (pelas suas tradições), hipismo (pela sua nobreza) e natação (pela maior exposição de corpos desnudos). Para delimitar a quantidade de imagens e não se tornar um processo infundável, decidimos que apenas as imagens das finais masculinas e femininas dessas modalidades seriam as selecionadas. Entretanto,

todas as modalidades apresentaram finais por categoria, exceto o futebol, o que nos motivou a traçar um cruzamento de dias e horários das provas para a seleção das imagens. Após a realização dos cruzamentos, retiramos as modalidades que se sobrepujam às outras em mesmo dia e/ou horário e definimos a tabela para coleta:

Tabela 1 – Datas e horários por modalidades

DATA	HORÁRIO	ESPORTE	COMPETIÇÃO
08/08/2016	15h30 - 18h10	Judô	Masculino até 73kg e Feminino até 57kg - Finais (JU006)
09/08/2016	10h00 - 15h25	Hipismo CCE	CCE Saltos Individual e por Equipes - Final (EC004)
10/08/2016	15h30 - 18h10	Judô	Masculino até 90kg e Feminino até 70kg - Finais (JU010)
11/08/2016	15h30 - 18h10	Judô	Masculino até 100kg e Feminino até 78kg - Finais (JU012)
11/08/2016	22h00 - 23h55	Natação	Masculino e Feminino - Finais (SW012)
12/08/2016	15h30 - 18h10	Judô	Masculino acima de 100kg e Feminino acima de 78kg - Finais (JU014)
12/08/2016	22h00 - 23h30	Natação	Masculino e Feminino - Finais (SW014)
12/08/2016	10h00 - 16h40	Hipismo adestramento	Adestramento por Equipes - Finais (ED003)
13/08/2016	22h00 - 23h40	Natação	Masculino e Feminino - Finais (SW015)
15/08/2016	10h00 - 13h50	Hipismo adestramento	Adestramento Individual - Finais (ED004)
17/08/2016	10h00 - 12h45	Hipismo saltos	Saltos por Equipes - Final (ES003)
19/08/2016	20h10 - 22h45	Atletismo	Masculino e Feminino - Finais (AT014)
19/08/2016	10h00 - 14h40	Hipismo saltos	Salto Individual - Final (ES004)
19/08/2016	17h30 - 20h00	Futebol	Feminino - ouro (FB036)
20/08/2016	20h10 - 23h00	Atletismo	Masculino e Feminino - Finais (AT015)
20/08/2016	17h30 - 20h00	Futebol	Masculino - ouro (FB038)

Fonte: Os autores

Durante o processo de seleção das mídias, determinamos algumas variáveis que atuariam como critérios de corte: teria maior preferência veículos de comunicação online renomados no campo das notícias esportivas e que atingissem grande público em geral. Optamos por jornais online pois, segundo o relatório da Associação Mundial de Jornais e Editores de Notícia – WAN-IFRA, de Milosevich – (2015), a circulação digital foi uma das responsáveis pela geração de altos lucros financeiros, comparado à circulação impressa. Em função desses critérios, selecionamos três agências que atuam como fonte primária na veiculação de imagens: A Agence France-Presse (AFP), a Associated Press e a Thomson Reuters, pois são as três maiores agências de notícias do mundo (THOMPSON, 2012).

Devido às dificuldades de acesso ao conteúdo exibido, uma vez que não somos assinantes de tais veículos, optamos por uma mudança e os meios selecionados foram alterados para: 1- Jornal Olé (ARG); 2- Jornal Le Monde (FRA); 3- The New York Times (EUA) e; sítio da ESPN, estes selecionados por tratarem diretamente com esportes – a exceção do NYT, aqui incluído em função de sua grandeza editorial.

Nas buscas que se seguiram, identificamos que os meios de comunicação então definidos eram muito parciais e não relatavam todas as notícias referentes aos Jogos (ex.: o jornal Olé exibia todas as notícias argentinas, mas não as de demais nações que não apresentassem relevante impacto mundial). Como não foi fiável realizar um estudo piloto em função do período dos Jogos e sua abrangência intercontinental, mais uma vez nos vimos obrigados a selecionar novos meios de veiculação das imagens.

Optamos então, ainda conforme os critérios supracitados, selecionar as imagens veiculados no site oficial dos Jogos Olímpicos Rio 2016 e do Comitê Olímpico Internacional. Identificamos neste processo que a fonte primária que atuava para ambos era a Getty Images, “uma empresa de mídia digital global que move o mundo com imagens desde 1995, representando com orgulho o trabalho de mais de 250.000 fotógrafos talentosos e dedicados e outros criadores de conteúdo” (KLEIN, 2016). Para não nos atermos a uma única fonte primária, reportamo-nos à leitura de Thompson (2012) e selecionamos também a AFP, “uma das principais agências de notícia do mundo, fornecendo informação rápida, verificada, imparcial e completa sobre a atualidade

internacional em texto, foto, vídeo, gráfico e videográfico" (AFP, 2016). Desta forma, finalizamos o processo de escolha dos veículos de comunicação com a seleção de imagens dessas duas fontes primárias, a Getty Images e AFP.

3 RESULTADOS OBTIDOS

Durante a realização dos Jogos, iniciamos a coleta de dados. Foram coletadas e analisadas um total de 370 imagens, sendo 123 da Agence France-Presse (AFP) e 247 da fonte oficial dos Jogos Olímpicos Rio 2016 e do Comitê Olímpico Internacional, a Getty Images. Essa distribuição encontra-se melhor exemplificada na tabela a seguir:

Tabela 2 - Quantidade de imagens por modalidade e gênero nos meios de divulgação

Modalidade	Getty Images			AFP			Total
	Masculino	Feminino	Misto	Masculino	Feminino	Misto	
Atletismo	14	13	0	2	2	0	31
Futebol	17	18	0	1	1	0	37
Hipismo	14	8	4	4	2	0	32
Judô	38	47	0	5	5	0	95
Natação	83	80	0	6	6	0	175
Total	166	166	4	18	16	0	370

Fonte: Os autores

A princípio, ao se julgar pela quantidade total de imagens veiculadas – 184 masculinas, 182 femininas e 4 mistas –, temos a impressão que o tratamento da mídia

para homens e mulheres não diverge, entretanto ao transpassar o campo de análise detectamos peculiaridades em suas formas e conteúdo e constatamos que não é a quantidade de imagens que define a hierarquização e desigualdades de gênero, mas sim a forma como são retratadas.

Para as análises, seguimos o roteiro de 4 etapas proposto por Joly (1996), a saber: 1- Observação dos tipos de significados plásticos, icônicos e linguísticos co-presentes na imagem; 2- Correspondência entre a etapa anterior com os significados a que remetem por convenção ou hábito; 3- Cruzamento dos diferentes signos e significados oriundos da etapa 2 e; 4- Formulação de uma síntese dos achados da etapa 3 de modo a expor as mensagens implícitas vinculadas pela imagem.

Quando passamos a considerar os momentos capturados pelos “cliques” fotográficos, logo destoa a divergência de representações no que se refere às emoções expressadas por homens e mulheres. Na atribuição das qualidades e atitudes esperadas, Sabo (2002) afirma que o espaço esportivo nos ensina a valorizar o homem e sua masculinidade e a desvalorizar a mulher e sua feminilidade.

Em nossas análises, constatamos que o homem, na maior parte das fotos, é retratado em momentos de vibração e exaltação, com foco em sua musculatura bem definida e rosto sereno e ameaçador, vindo a remeter-lhe como vencedor hegemônico da prova. Essas características são aceitáveis aos atletas masculinos, uma vez que a “[...] representação da beleza masculina está ligada a construção de homens fortes” (MUHLEN, 2010, p. 8) e, por conseguinte, ao padrão de masculinidade esperado. Outra perspectiva, entretanto, é vislumbrada através da execução de determinado fundamento técnico de sua modalidade, como a braçada na natação, o golpe no judô, o chute no futebol e a corrida no atletismo.

Em contrapartida, o feminino apresenta rostos ocultos ou com as mãos encobrindo parte da face. Os sentimentos afloram neste grupo de imagens: elas são clicadas no momento do choro, do riso, quando estão abraçadas ou comemorando. Algumas fotografias revelam corpos femininos de costa, ou ainda enfocam glúteos e pernas, retratando poses eróticas que abastecem o fetiche de um público hegemonicamente masculino e que clama por essa abordagem. Quando flagradas na

execução de gestos técnicos, o foco está direcionado à beleza física e não ao rendimento propriamente dito. Para autores como Martins e Moraes (2007) e Muhlen (2009), essa visão ao público feminino põe à frente sua beleza física em detrimento da profissão enquanto atleta.

Embora os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro tenham sido marcados por inúmeros acontecimentos relacionados à temática de gênero, como os ilustrados nos jornais CBN (2016), El País (2016) e Globo.com (2016), que afirmam que a edição foi a mais “*gay-friendly*”⁴, da diversidade e com número recorde de atletas declaradamente LGBT’s, os resultados encontrados (re)forçam a premissa de que a mulher não recebe o mesmo tratamento dado ao homem pela imprensa esportiva internacional, onde fica claro as desigualdades na representação de gêneros (re)produzidas pela mídia, que disseminam ideologias e saberes estereotipados e sexistas à sociedade. Ainda, a mulher no esporte é vista como uma propriedade inseparável da masculinidade e impenetrável na esfera da feminilidade.

Assim como Pereira, Pontes e Ribeiro (2014), concordamos que a mídia, ainda que de forma implícita, sustenta-se como uma ferramenta que propaga as desigualdades de gênero na sociedade, uma vez que se utiliza de padrões de corpos “perfeitos” conforme a classificação dos sexos e imposição de estereótipos para ambos.

O mosaico abaixo, constituído da seleção das imagens mais impactantes e significativas por modalidades e por nós coletadas durante a cobertura midiática dos Jogos Olímpicos Rio-2016, explicita esses apontamentos:

⁴ Termo norte-americano utilizado para se referir a lugares públicos ou privados que são receptivos ao público LGBT.

Revista Inteligência Competitiva

ISSN: 2236-210X

Rafael Marques Garcia; Erik Giuseppe Barbosa Pereira

Mosaico 1 – Imagens mais impactantes Rio-2016⁵



Fonte: AFP; Getty Images.

Esperamos que a divulgação da mesma agregue conhecimentos pertinentes ao campo de estudos socioculturais da Educação Física, estando intimamente ligado a trabalhos monográficos, dissertativos ou de tese, conferindo assim suporte teórico às futuras pesquisas referentes ao tema, bem como subsídios para reflexões críticas acerca dos fenômenos retratados pelo estudo em questão.

4 CONCLUSÃO

Nos Jogos Olímpicos realizados na cidade do Rio de Janeiro em 2016, podemos apreender que as imagens veiculadas sobre homens apontam para as expectativas e os pontos positivos de seus desempenhos, enquanto que as fotos femininas evidenciam suas emoções ou sua beleza, ainda que elas tenham obtido bons resultados. Nesse sentido, binarismos e sexismos exercidos pelas lentes da mídia esportiva parecem reforçar o que se entende classicamente por homens e mulheres na sociedade contemporânea.

ABSTRACT

The studies of female visibility in the media is scarce and the space devoted to male sport stands out from the female. The media agencies that were responsible for the coverage of the Olympic Games held in the city of Rio de Janeiro in 2016 did not only portray performances and sports results, but also as men and women in the athletic and professional sphere are exposed by the media. In the light of gender hierarchies, the objective of our study was to analyze the images displayed in the main news agencies, more precisely, how they portrayed the images of male and female athletes. For that, we used the descriptive and qualitative methods and the technique of image analysis. The results point out still different treatments for men and women, consolidating the inequalities in gender representations by the lenses of the international sports media. It is concluded that such sports-related agencies reproduce or ratify binarisms and sexisms that are hegemonically rooted in contemporary societies.

Key words: Gender. Sport. Media.

REFERÊNCIAS

AGENCE FRANCE-PRESSE. **Quem somos**. Disponível em <<https://www.afp.com/pt>>, Acesso em: 27 nov. 2016.

CBN. **Jogos do Rio são o de maior número de atletas LGBT na História**. 2016. Disponível em <<http://cbn.globoradio.globo.com/grandescoberturas/rio-2016/2016/08/13/JOGOS-DO-RIO-SAO-O-DE-MAIOR-NUMERO-DE-ATLETAS-LGBT-NA-HISTORIA.htm>>, Acesso em: 27 nov. 2016.

EL PAÍS. **Rio 2016 se transforma na Olimpíada mais gay da história**. 2016. Disponível em <http://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/09/deportes/1470774769_409560.html>, Acesso em: 27 nov. 2016.

GLOBO.COM. **Olimpíada e diversidade**: Rio 2016 têm de beijo gay a pedido de casamento. 2016. Disponível em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2016/08/olimpiada-e-diversidade-rio-2016-tem-de-beijo-gay-pedido-de-casamento.html>>, Acesso em: 27 nov. 2016.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papyrus, 1996.

KLEIN, Jonathan. **Getty Images: Where We Stand**. Disponível em <http://wherewestand.gettyimages.com/?isource=foot_AboutUs_AboutGettyImages>, Acesso em: 27 nov. 2016.

MARTINS, Leonardo Tavares; MORAES, Laura. **O futebol feminino e sua inserção na mídia**: a diferença que faz uma medalha de prata. *Pensar a Prática*, Goiânia, v. 1, n. 10, p. 69-81, jan./jun. 2007.

MILOSEVICH, Mira. **World Press Trends 2015**. 2015.

MUHLEN, J.C.V. **Esporte e Mídia:** Representações de gênero para atletas no Pan-Americano Rio 2007. In: Seminário Corpo, Gênero e Sexualidade. Composições e desafios à formação docente. FURG, 06-08 mai. 2009. Disponível em <http://www2.ufrgs.br/XIIPALOPSelatorio_trabalhos_aceitos_convertido.html>, Acesso em: 21 Ago. 2016.

MUHLEN, J. C. V. **Musos e musas:** a beleza dos atletas "rouba a cena" nos Jogos Olímpicos de Pequim. In: FAZENDO GÊNERO, 9. Diásporas, Diversidades, Deslocamentos. 2010. Disponível em: <http://www.fazendogenero.ufsc.br/9/resources/anais/1278295335_ARQUIVO_FazendoGeneroMusosMusasModeloPadrao.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2016.

PEREIRA, Erik Giuseppe Barbosa; PONTES, Vanessa Silva; RIBEIRO, Carlos Henrique Vasconcelos. **Jogos Olímpicos de Londres 2012:** brasileiros e brasileiras em foco. Revista da Educação física (UEM. Online), v. 25, p. 257, 2014.

SABO, Donald. **O estudo crítico das masculinidades.** In: Adelman, M.; Silvestrin, C.B. (Orgs.) Coletânea Gênero Plural. Curitiba: Ed. UFPR. 2002. 254 p.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** Uma teoria social da mídia. 13. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.