

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA**

**RAFAEL AUGUSTO CORNACHIONE**

**ESTUDOS DE RECEPÇÃO E AS MEDIAÇÕES NA COPA DO MUNDO  
2010**

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)  
apresentado à Faculdade de Educação Física  
da Universidade Estadual de Campinas para  
obtenção do título de Bacharel em Educação  
Física

**Orientador: Profa. Dra. Sílvia Cristina Franco Amaral**

ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À VERSÃO FINAL  
DA MONOGRAFIA DEFENDIDA POR RAFAEL  
AUGUSTO CORNACHIONE, E ORIENTADO PELA  
PROFA. DRA. SÍLVIA CRISTINA FRANCO AMARAL

---

**Assinatura do orientador**

Campinas, 2011

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA POR ANDRÉIA DA SILVA MANZATO – CRB8/7292  
BIBLIOTECA “PROFESSOR ASDRÚBAL FERREIRA BATISTA”  
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA - UNICAMP

C814e Cornachione, Rafael Augusto, 1986-  
Estudos de recepção e as mediações na Copa do  
Mundo 2010 / Rafael Augusto Cornachione. –  
Campinas, SP: [s.n], 2011.

Orientador: Silvia Cristina Franco Amaral  
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Faculdade de  
Educação Física, Universidade Estadual de Campinas.

1. Copa do mundo (Futebol). 2. Recepção. 3. Mediações. I.  
Amaral, Silvia Cristina Franco. II. Universidade Estadual de  
Campinas, Faculdade de Educação Física. III. Título.

#### Informações para Biblioteca Digital

**Título em inglês:** Reception studies and the mediations in the World  
Cup 2010.

**Palavras-chaves em inglês:**

Reception

Mediations

World Cup (Soccer)

**Titulação:** Bacharelado em Educação Física

**Banca examinadora:**

Silvia Cristina Franco Amaral [orientador]

Jocimar Daólio

**Data da defesa:** 01-12-2011

## **COMISSÃO JULGADORA**

**Sílvia Cristina Franco Amaral**  
**Orientadora**

**Jocimar Daólio**  
**Titular da banca**

## Agradecimentos

Agradeço aos meus pais Rogério e Eliane. A compreensão, carinho e apoio foram fundamentais para que eu pudesse desenvolver minhas habilidades podendo contar com eles em tudo. Passaram-me a tranquilidade, a segurança, sabedoria e a educação que tanto me ajudaram em toda a graduação, e em toda a vida. Ao Pedro e a Daniella, agradeço pelas brincadeiras, conversas e pelas músicas que às vezes começamos a cantar, “do nada”, juntos, no mesmo segundo, e na mesma parte. Isso é irmandade.

À Marcela Graciani. Comigo há mais ou menos sete anos, ela mudou o meu passado e representa meu futuro. De “olhares” no colegial até estrelas cadentes na calçada, há tanto tempo me dá força e paz para continuar a batalha diária. Momentos felizes nos aguardam.

À Profa. Dra. Silvia Cristina Franco Amaral. Primeiro, por topar o desafio de uma pesquisa em uma área pouco estudada, e depois, pelo auxílio e orientação nas pesquisas, pela força nos momentos de fraqueza, e por clarear os momentos de nebulosidade.

Aos amigos do 07N, classe inesquecível com pessoas que tanto me alegraram. Destaco a Paulinha, Larissa, Mari, Marcela, Duzão, Adriano, Claudião, Gabi e o grande bolchevique, Bruno Modesto

Aos *Tchae Boys*; Rafael “Pagode” Ferreira, Rodolfo “Rodela” Argentin, Robertinho, Murilo “Didi” Christ, César Rocha, Sérgio Amaral, Wellington “Maomé” Vieira, André “Pit” Mathias, Thiago “Curto” Aguiar, Thiago “Pinga”, Henrique “Grilo”, Eduardo Ilanes, Marcelão e Paulinho, pelas cervejas, rodízios dos amigos, churrascos e principalmente pela cumplicidade que tanto une o grupo, mesmo de longe.

Às moradias que tive durante o curso (aos amigos, também). Primeiro, a gigante Polit Bureau. Depois, a grande Réptil Durval, quando tive o prazer de conhecer a Ana Paula, a Marcela, as “Julianas”, a Jack, Diego “Perigosão” Fernández, Rafael “Gostosão da FEF” Pizani, Alisson “Baiano” de Matos, Erivan “Músicao” e tantos outros. Na aconchegante Casa dos Brothers, lembro-me do Rogério “Roger” Muzinatti, Felipe e Boça. Em 2010, uma rápida e feliz passagem pela Square Island. Depois, cansei dessa bagunçada toda e fui morar sozinho (vide Marcela). Não tenho como dizer, escrever ou telegrafar a importância que vocês tiveram em minha vida. Cada piada, cada conversa, cada reunião e cada conta paga! (rs).

À família Matsui. Ciro, Ciro Jr., Camilo e Cristina são grandes amigos desde que os conheci (Ciro Jr., nem tanto tempo assim, rs). Caio, meu grande amigo há mais

de uma década. Sempre sabemos o que o outro pensa, e essa sintonia nos deu a tranquilidade para seguir em frente. Sempre estarei contigo. Mesmo longe, estamos perto.

Ao Bruno Sales e Daniel Martinelli, dois grandes irmãos “de sangue”, que tanto me divertem de 2008 pra cá (diga-se resto da vida). Uma pena não os ter conhecido antes. Saber que você pode contar com uma pessoa nessa intensidade é muito bom. Imagine dois “brothers firmeza” então.

À Andressa, grande amiga, pela ajuda na revisão do trabalho, demonstrando novamente ser uma ótima pessoa, com um grande futuro. Estaria perdido sem ela.

A todos os funcionários da FEF que por momento algum deixaram de ser prestativos e alegres. Alguns, muito alegres, como o Paulinho da piscina, o Beeroth e o querido Tião.

Aos professores da FEF. Com a diminuição do quadro de professores ao longo dos anos, eles têm de se desdobrar cada vez mais para manter a pesquisa, o ensino e a extensão no alto nível que a faculdade apresenta. Obrigado pela dedicação, paciência e sabedoria. Destaco as professoras Elaine Prodócimo, Mara Patrícia que tão bem representam os doutores da FEF.

Agradeço também aos PEDs e PADs das disciplinas da FEF. Em especial, à Olivia Ribeiro e Ana Paula Cunha.

Por fim, agradeço ao professor da banca examinadora, Jocimar Daólio, por aceitar o convite e contribuir mais uma vez com minha formação acadêmica.

CORNACHIONE, Rafael Augusto. **Estudos de Recepção e as mediações na Copa do Mundo 2010**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)-Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2011.

## RESUMO

Este trabalho teve por objetivo central, saber como as mediações culturais interferem no ato da recepção dos jogos da Seleção Brasileira na Copa do Mundo FIFA 2010. Observando uma pessoa “alheia” ao mundo esportivo durante a recepção midiática, buscamos perceber quais mediações estiveram presente neste ato, e como elas se apresentam. A observação participante no momento da recepção e em contextos diversos nos possibilitou apreender comentários e as relações com o ambiente e os tipos de mediações presentes nestas manifestações. Usamos as definições de mediação como socialidade e ritualidade, duas noções ligadas ao memorial histórico individual e coletivo do sujeito, formadas a partir de processos midiáticos e interações sociais. Neste estudo, a tecnicidade constituiu-se “categoria-mãe”, não entendida como operação tecnicista do processo de comunicação, mas como instrumento de análise e formação de discurso, e de uma cultura midiática. Confeccionamos um perfil do sujeito através de uma entrevista com perguntas semi-abertas. Depois, fizemos as filmagens da recepção em quatro jogos; neste momento, definimos os lugares de mediação, que foram: a casa da família, dos amigos e um bar. Neste último local, o sujeito foi sozinho para facilitar nossas análises em relação a mediação situacional. A partir disso, construímos uma tabela separando as manifestações verbais do indivíduo em sete tipos: Ligação com o esporte (LE), Transmissão da Mídia (TM), Publicidade e Consumo (PC), Experiências Anteriores (EA), Identificação com jogadores (IJ), Momento do Jogo (MJ) e por último os Aspectos Intermediação (AIM). A última categoria serviu para compararmos os acontecimentos de acordo com o lugar de mediação, apontando as adaptações que estes espaços provocaram no comportamento individual e na apropriação da mensagem. Concluímos que cada mediação tem seu jeito próprio de entendimento, e um caminho para observação: na tecnicidade, apontamos referências da mídia ao consumo e à propaganda durante a transmissão e como algumas funcionaram no sujeito. Instituições sociais, como família e amigos, não tiveram influência direta no momento da recepção, mas interferem na cognição do indivíduo de forma cotidiana como comunidades de apropriação(da mensagem). Vimos que as mediações situacionais e institucionais exigiram uma comparação dos lugares em que a recepção aconteceu. Por fim, para tratar da mediação individual, utilizamos a correlação do perfil à recepção. Pudemos perceber que em relação a esta mediação, a família é formadora de caráter e do aprendizado da religião do sujeito. Apesar disso, percebemos na análise intermediações que a comunidade interpretativa (conjunto de práticas comunicativas e interpretação da mensagem) em que o sujeito se sentiu mais a vontade foram os amigos. Estas ferramentas nos ajudaram a compreender melhor a recepção dos jogos e desenvolver nosso estudo.

**Palavras Chaves:** Recepção, Mediações, Copa do Mundo,

CORNACHIONE, Rafael Augusto. **Reception Studies and the mediations in the World Cup 2010**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)-Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2011.

## ABSTRACT

This monograph central aims at how cultural mediations interfere upon receipt of the Brazilian National team games in the 2010 FIFA World Cup. We seek through observations of media reception with someone “foreign” to the sports world to realize what mediations were present in this act, and how they work. A participant observation at the moment of reception and in different contexts, enabled us to capture comments and relationships with the environment and the types of mediations presenting these demonstrations. We used the definitions of mediation as sociality and rituality, two notions related to individual and collective historical memorial of the subject, formed from media processes and social interactions. The technicity in this study consisted of guiding as major category, not understood as the technical operation of the communication process, but as a tool for analysis and discourse formation, and a media culture. We did a profile of our subject through an interview with “semi-open” questions. Then, we recorded the reception in four games; at this moment, we choose the mediations places, that were: His family’s home, friends’s homes and a bar. At this last place, the subject went alone to facilitate our analysis related to situational mediation. From this, we built a table separating the verbal manifestations of the individual in seven types: Connection with sports, Media transmission, publicity and consume, past experiences, identification with players, moment of the game, and for last the intermediation aspects. The last category served to compare the events according to the mediation place, pointing the adaption that this places caused on the individual behavior and in the appropriation of the message. We conclude that each mediation has it’s own of understading, and a way to observation: in the technicality, we pointed the references of media to the consume and to the publicity during the transmission and how some worked on the subject. Social institutions, such as family and friends, did not have a direct influence at the moment of the reception but interfere in the cognition of the individual in a daily way like appropriation communities(of the message). We saw that situational and institutional mediations demand a comparison of places that the reception happened. Ultimately, to manage the individual mediation, we used the correlation of the profile to the reception. We could notice that the relation to this mediation, the family is forming character and of the learning of religion of the subject. Nevertheless, we perceive in the intermediations analysis that the community interpretative(set of communicative practices and interpretation of the message) that the subject felt more comfortable was with his friends. These tools helped us to comprehend better the reception of the games and develop our study.

**Keywords:** Reception, Mediations, World Cup (Soccer)

## **LISTA DE FIGURAS**

**Figura 1** - Sistemas de Comunicação (Shannon e Weaver, 1964).....19



## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Tipos de manifestação do sujeito X Jogo da Copa do Mundo 2010.....	40
--	----

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

**ANT** – Associação Nacional dos Torcedores

**CBF** – Confederação Brasileira de Futebol

**CM** – Copa do Mundo de Futebol

**CAEF** - Centro Acadêmico de Educação Física

**CBCE** – Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte

**CONBRACE** – Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte

**DCE** - Diretório Central dos Estudantes

**EF** – Educação Física

**FEF**- Faculdade de Educação Física

**FIFA**- Federação Internacional das Associações de Futebol

**UNICAMP**- Universidade Estadual de Campinas

## Sumário

1	Introdução.....	13
2	Estudos de recepção e a teoria das mediações.....	18
2.1	Para início de conversa: a Comunicação.....	18
2.2	Recepção: teoria ou plataforma? .....	20
2.2.1	Sujeito e recepção.....	21
2.3	A teoria das Mediações Culturais: Martín-Barbero.....	22
2.4	Barbero e as mediações: a crítica quanto à aplicação prática.....	24
2.5	A teoria das Mediações Múltiplas: os estudos de Orozco.....	26
3	Futebol e mídia: a Copa do Mundo e a recepção.....	28
3.1	O esporte da mídia.....	28
3.2	O Futebol: a paixão do brasileiro construída pela mídia.....	30
3.3	Futebol e mídia: recepção, mediações e a importância do sujeito.....	32
4	Mediando as recepções.....	33
4.1	A construção da pesquisa social: empirismo e subjetividade.....	33
4.2	Perfil do sujeito.....	34
4.3	Entrevista despadronizada.....	35
4.4	Participando da observação: as filmagens.....	36
4.5	Criando categorias: mediações para os fins.....	38
5	As mediações em cena: a Copa do Mundo 2010.....	40
5.1	Ligação com o esporte (LE) .....	41
5.1.1	Família.....	41
5.1.2	Amigos e bar.....	43
5.2	Transmissão midiática (TM) .....	44
5.2.1	Família.....	45
5.2.2	Amigos e bar.....	46
5.3	Publicidade e consumo (PC) .....	47
5.3.1	Família e amigos.....	47

5.4 Identificação com os jogadores (IJ).....	49
5.4.1 Família.....	50
5.4.2 Amigos e bar.....	51
5.5 – Aspectos Intermediação (AIM) .....	51
6 Considerações Finais.....	53
Referências.....	55
Anexo.....	58

# 1 Introdução

A graduação em Educação Física (EF) oferece inúmeras possibilidades de atuação profissional. Pode-se atuar como professor em escolas, no ensino de esportes e de musculação; como pesquisador em diferentes áreas (bioquímica, anatomia, ciências humanas etc.); como professor universitário; como preparador físico; e até, como gestor. Desde o começo do curso, procurei participar de atividades que se aproximassem da atuação profissional, que pudessem me ajudar a entender o porquê de ter escolhido o curso, além do gosto por Biologia e Ciências Humanas.

Em 2007, início da graduação na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), já era claro que eu me voltaria para o estudo da EF e suas implicações na sociedade, pelos interesses que sempre nutri por matérias que tratassem o ser humano como ser social, transformador e inserido em contextos plurais. Participei de entidades como o Centro Acadêmico de Educação Física (CAEF) e o Diretório Central dos Estudantes (DCE); experiências que engrandeceram meu conceito sobre o ser humano, principalmente em sua busca constante por respostas. Mesmo assim, com todas as aulas e a “bagagem” extracurricular, ainda não conseguia me decidir sobre qual área de estudo seguir em EF.

As dúvidas acerca de um tema para a monografia acabaram em 2010. Quando cursava uma disciplina relacionada à pesquisa, tive contato com artigos que se utilizavam da metodologia dos grupos focais – no caso, com discussões em relação a programas de TV e à vida cotidiana. A aproximação com as Teorias da Comunicação, especificamente com as Mediações Culturais e a Recepção, forneceram os instrumentos para aliar meu conhecimento em Esporte e Educação Física aos estudos relacionados à Comunicação Social.

A união com a EF aconteceu pouco tempo depois. Decidimos explorar a recepção midiática da Copa do Mundo FIFA 2010 (CM 2010), que reuniu trinta e duas seleções de futebol (masculino) de todo o mundo, incluindo a Seleção Brasileira, que é a única a ter participado de todas as edições do torneio. A oportunidade foi singular e não poderia haver momento melhor, já que o evento aconteceria poucos meses depois, tempo suficiente para pensarmos a melhor metodologia e aprofundarmos nos estudos de comunicação com os quais trabalhamos.

Pode-se dizer que a teoria das Mediações Culturais redefiniu os estudos da década de 1980 até os dias atuais, mudando o foco das pesquisas, que antes era os meios (mídias), para as mediações. Antes, os estudos de Recepção já haviam alterado a direção da pesquisa em comunicação, por vezes servindo de plataforma para o conceito das mediações. Neste momento, o receptor fica em evidência; avaliam-se aspectos de seu cotidiano, de seu aprendizado e sua posição social (etnia, idade, classe social). Estudam também a produção das mensagens e como estas são passadas aos espectadores. Para Baccega, “é nesse espaço que se estudará a ressignificação que os receptores produzem com relação aos produtos dos meios de comunicação” (1998, p.11).

O esporte é um tema amplamente estudado, mas são poucas as pesquisas que o relacionam à comunicação. No contexto atual, o esporte é absorvido pela *mass media*<sup>1</sup> como produto comercializável, de forma rápida e direta. Assim sendo, em seu estudo, Feres Neto (1999) cita um empresário que reforça o caráter vendável do esporte, no caso, o futebol, como uma mercadoria que não necessita de tradução, que não precisa de adaptação. Na prática, notamos que é possível assistir-se tanto a um jogo entre Criciúma e Chapecoense, quanto entre Dínamo de Kiev e Barcelona, de qualquer parte do mundo, pela TV, com a compra de um DVD, ou, mais comum nos últimos tempos, pela internet. Pode-se, ainda, comprar a camisa de um time da Bulgária ou a bandeira da Suécia com apenas alguns cliques. É a conhecida globalização que formata o esporte moderno e o explora como fenômeno mercadológico.

Feres Neto (1999) também reflete sobre um paradoxo formado entre o assistir e o praticar. Nunca o esporte foi tão consumido, mas, ao mesmo tempo, tão pouco praticado. O autor reforça que o esporte atual é baseado no alto rendimento, e isso o encarece, tornando-o menos acessível à prática e mais consumível, principalmente pela TV. Essa afirmação parece se encaixar muito bem no caso do futebol. Atualmente, o dinheiro da renda com os direitos de transmissão da televisão paga mais aos clubes do que os torcedores, o que leva à queda da qualidade dos estádios ou a uma manutenção de qualidade mínima, mesmo com o preço dos ingressos em crescente exponencial. Apesar dos esforços do Estatuto de Defesa do Torcedor, hoje, a maior movimentação em torno de melhorias nos estádios são as obras para a Copa do Mundo de 2014, que visam atender às exigências da FIFA. Os estádios lotados de antigamente deram lugar à opção confortável de se assistir aos jogos pela televisão.

---

<sup>1</sup> Comunicação de massas, populações.

Apesar dessa tendência em categorizar o esporte como uma mercadoria muito promissora, lucrativa e que engloba a audiência atual em torno de programações variadas, conduzidas por este esporte, também se pode ressaltar um movimento oposto: o de que o receptor da mensagem midiática está muito mais seletivo e atento, adquirindo uma importância muito maior na recepção como ser ativo, capaz de reinterpretar a mensagem midiática e de pensar o esporte além do que é transmitido na televisão. Prova disso é o crescimento da adesão a organizações como a Associação Nacional dos Torcedores (ANT) e a movimentos como o “Fora Ricardo Teixeira”.

A decisão pela apropriação de jogos da Copa do Mundo de futebol de 2010 remete a sua importância no âmbito nacional; a repercussão massiva na mídia, com transmissões grandiosas da competição, que altera o cotidiano dos brasileiros de forma direta. Para a realização da pesquisa de campo, escolhemos acompanhar a recepção midiática de um indivíduo do sexo masculino, e que não fosse telespectador assíduo do futebol. No caso, voltamos nossas atenções para informações verbais pela facilidade na visualização e análise. Sabemos que as expressões corporais e a gestualização também fazem parte do contexto da recepção. Assim, introduzimos nossa pergunta de pesquisa: procuramos saber quais mediações estiveram presentes na recepção de jogos da Copa do Mundo 2010? Como elas se apresentam? Buscamos estudar suas implicações no momento da recepção utilizando-nos das mediações<sup>2</sup>.

Esta pesquisa une duas áreas em torno de um objetivo comum; a comunicação e o esporte. Vemos que o avanço dos estudos de comunicação, a partir de perspectivas de diferentes áreas, nos permite uma troca de conhecimento e compreensão muito maior do que uma visualização superficial de temas amplamente estudados, como é o caso do esporte. Um conceito que é abordado em estudos recentes, direta ou indiretamente, é o da transdisciplinaridade; muitos trabalhos fazem essa correlação, pela necessidade de adentrar em áreas que seus autores não dominam, ou mesmo por buscar a superação dos problemas de pesquisa. Nicolescu define a transdisciplinaridade como:

(...) o prefixo “trans” indica, diz respeito àquilo que está ao mesmo tempo **entre** as disciplinas, **através** das diferentes disciplinas e **além** de qualquer disciplina. Seu objetivo é a compreensão do mundo presente para o qual um dos imperativos é a unidade do conhecimento (1997)<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Este conceito será introduzido e trabalhado, ganhando pequenas alterações em seu significado.

<sup>3</sup> Retirado da internet.

A unidade do conhecimento, citada pelo autor, é, hoje, objetivo base de grande parte das pesquisas, e as pretensões deste estudo não diferem dessa linha de pensamento, que procura mesclar os conhecimentos adquiridos pela Educação Física às teorias da comunicação, mais especificamente, com os Estudos Culturais Latino Americanos, liderados por Orozco e Martín-Barbero.

Os esforços na percepção das relações entre Mídia e Esporte/Educação Física cresceram exponencialmente nos últimos anos. Compilações destes estudos são feitas de tempos em tempos, com o objetivo de relacionar as diferentes categorias de produção de pesquisa na área e ajudar novos autores a se orientarem e a direcionarem a busca por novos questionamentos. O Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (CBCE) realiza a cada dois anos, o Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, o Conbrace. Neste, há um grupo de trabalho especializado em Comunicação e Mídia, diretamente ligadas ao esporte e à pedagogia, um espaço valioso de discussão – ou seja, o que temos de melhor no Brasil.

O professor Giovani de Lorenzi Pires é uma das autoridades do país na pesquisa mútua em Educação Física e Comunicação. Em seu artigo: A pesquisa em educação física e mídia nas ciências do esporte: um possível estado atual da arte (2003), ele categoriza as Teorias da Comunicação fazendo um mapa conceitual-metodológico. Nesse mapa, ele aborda as pesquisas sobre mídia e esporte, dividindo-as em relação à ênfase de sua análise; seja na mensagem ou no receptor, que atribui sua significação à mensagem. Nosso estudo se enquadra na segunda categoria, pois prezamos por analisar a recepção através dos lugares de mediação.

Não obstante, também atentamos para a simbologia das mensagens passadas pela televisão, quando o foco é a mediação tecnológica. Não utilizaremos conceitos de semiótica e signos, mas sim os conceitos já citados de Recepção e as Mediações Culturais de Martín-Barbero (1987).

No segundo capítulo, tratamos de explicar a Teoria de Recepção, com as contribuições de teóricos como Robert White, Maria Aparecida Baccega e Nilda Jacks. Então, introduzimos as idéias sobre a teoria das Mediações Culturais, trazidas por Martín-Barbero e outros teóricos que o complementam e contestam – tais qual Luiz Signates –, para podermos construir uma base teórica sólida.

Já no terceiro capítulo, discutimos a relação entre mídia e esporte, ligada, em especial, ao futebol e a Copa do Mundo; e, também a influência e o papel da mídia através das transmissões conceituadas como “telespetáculos”.



A metodologia do trabalho é o conteúdo do quarto capítulo: *Mediando as Recepções*. A entrevista despadronizada (LAKATOS et al., 2001) e a observação participante foram os métodos de pesquisa social que nos guiaram na busca por respostas. Além disso, usamos o conceito das mediações para criar sete categorias que englobassem os comentários do sujeito da pesquisa, em comunhão com a observação participante, ou seja, possíveis análises do ambiente que pudessem somar-se aos dados.

Em *As Mediações em Cena: Copa do Mundo 2010*, o quinto capítulo, trazemos os resultados e trabalhamos com os dados empíricos em cotejo com as teorias por nós já apropriadas e brevemente discutidas.

## 2 Estudos de Recepção e a teoria das Mediações.

### 2.1 Para início de conversa: a Comunicação

A comunicação está em todo lugar. Pessoas, animais, e até os objetos podem comunicar algo. Assim, desde os primórdios, o ser humano tenta entender mistérios e os formatos da comunicação. Para Pedro Gilberto Gomes:

O processo comunicativo envolve, necessariamente, duas ou mais pessoas. Cada pessoa é uma unidade referencial, com espaço, preconceitos e pré-concebidos próprios. O processo comunicacional não é outra coisa que a interação de dois ou mais espaços pessoais. Para que haja esta interação, necessário se faz que alguém faça uma proposta de entrada no espaço do outro que, dependendo de seu interesse no momento, permite ou não tal entrada. Quando este intercâmbio é aceito e o processo iniciado, forma-se um terceiro espaço de relações, o espaço tangencial comum aos envolvidos na dinâmica comunicacional. Entretanto, os espaços originais permanecem, condicionando e informando a nova situação que se cria. (1997, p. 111).

Por isso, há tantos modelos sendo criados para sistematizar o conceito e as formas de comunicação.

Um dos modelos antigos e mais conhecidos é o de Aristóteles, “para quem a retórica se compunha de três elementos – locutor, discurso e ouvinte – cujo objetivo era a persuasão do ouvinte” (GOMES,1997,p.108).

Mais tarde, já no fim da década de 1940, Lasswell, introduz as noções de canal e efeitos. Bonini explica que o canal pode ser entendido como uma base física para a fixação e condução do discurso entre produtor e receptor. Já os efeitos, consolidam a comunicação não “somente como transferência, mas também como influência” (2003, p.70).

Em 1949, Shannon e Weaver desenvolvem um modelo de comunicação (Figura 1) baseado na tecnicidade, a partir de princípios matemáticos, para estruturar a teoria da informação (p.71). Apesar de conter aspectos estritamente técnicos, este modelo ainda é predominante para a iniciação dos estudos de comunicação.

Abaixo, o modelo e a explicação de Bonini acerca de seus cinco componentes:

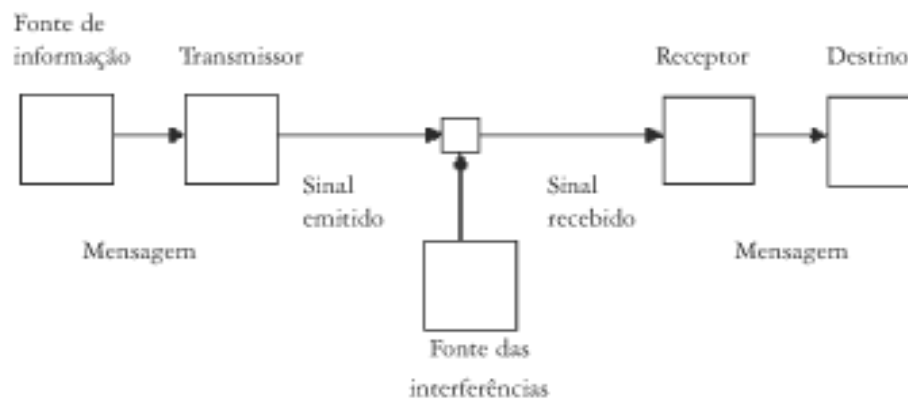


Figura 1: Sistemas de comunicação (SHANNON; WEAVER,1964,p.7 apud BONINI,2003, p.71)

- 1) *Fonte de informação*: produz uma mensagem (ou seqüência de mensagens) a ser comunicada ao terminal receptor; opera em função das possibilidades do transmissor disponível (ex. uma seqüência de letras em um sistema telegráfico);
- 2) *Transmissor*: opera sobre a mensagem de modo a produzir um sinal apropriado para a transmissão através do canal;
- 3) *Canal*: o meio usado para transmitir o sinal do transmissor para o receptor (um par de fios metálicos, uma faixa de frequências de rádio, um raio de luz, etc.);
- 4) *Receptor*: reconstrói a mensagem a partir do sinal;
- 5) *Destino*: pessoa (ou coisa) para quem a mensagem foi dirigida.(BONINI,2003,p.72)

Logicamente, mesmo possuindo clareza e brevidade, este modelo (figura 1) não ajuda no entendimento da comunicação de forma plena – da produção da mensagem, passando pela configuração dos meios, até chegar ao receptor (audiência). O foco nos estudos do receptor e na produção de cultura acontece em meados da década de 1980, com o desenvolvimento dos Estudos Culturais Latino-americanos. Para Dorneles, o poder da mensagem é preterido em relação às audiências, pois havia um “forte movimento teórico-crítico que procurava fazer uma reflexão alternativa” (2003, p.1). Entre as principais correntes surgidas nessa época, Jacks (1996, p.176) destaca algumas como a Recepção Ativa, de Fuenzalida e Hermosilla, o Uso Social dos Meios, de Martín-Barbero; e o Enfoque Integral da Audiência, proposta por Orozco Gómez.

Lopes et al. ressaltam que “o traço central e comum a todos esses projetos é uma rigorosa experimentação metodológica, através da qual se tenta avançar nos procedimentos propriamente técnicos da investigação empírica” (2002, p.30), e isso contribuiria para que fosse alcançada a compatibilidade destes estudos com as mediações. Vê-se então que as correlações entre os estudos destas teorias são recentes, tendo apenas trinta anos.

Quando se pensa no estudo da comunicação atrelada à EF, as pesquisas têm preferido se ater as análises de produtos da mídia (BETTI, 2005): matérias de televisão,

jornais, revistas ou filmes. Por isso, estudar a recepção e as mediações ainda é uma aventura no campo da EF.

## **2.2 Recepção: teoria ou plataforma?**

Mesmo com as ressignificações constantes, os Estudos de Recepção podem ser simplificados como estudos do processo de comunicação, tendo como ponto de partida, o lugar/momento do encontro de sujeitos-campos de força (BAPTISTA, 1997). Os receptores sempre responderam ao formato da programação dos meios; a diferença é que somente a partir dos anos 1980 é que eles são ouvidos. Mesmo assim, a recepção precisa ser conceitualmente completada, não servindo como metodologia pura e simplesmente, mas como plataforma para as mediações culturais, por exemplo. Gomes acredita que o que se busca nos estudos atuais é “afirmar uma ação protagônica, de sujeito livre, nos processos comunicativos” (1997, p.108). Para ele, “utilizar o conceito de recepção, mesmo adjetivado, para significar esta ação, coloca todos numa armadilha conceitual, difícil de ser vencida” (p. 108). Esta é uma das razões para apoiarmos nosso estudo da recepção através das mediações.

Ainda sobre definição do conceito dos Estudos de Recepção, White, altera seu nome para Teoria da Interpretação da Audiência, e, assim, define de maneira mais simplificada a procura pelo conhecimento das implicações das mensagens da mídia e sua interpretação pelas audiências na visão do receptor. O autor justifica esta alteração, pois relata que os estudos da área, neste momento “estão mais voltados para a interpretação que as audiências fazem do significado de produtos culturais veiculados pela mídia do que para os efeitos comportamentais estimulados pelos meios de comunicação” (1994, p.58). Ele afirma que a mídia ativa não é mais perspectiva central dos estudos, mas sim uma audiência ativa.

A evolução do pensamento da audiência trouxe usos para outras áreas, como a exploração mercadológica. Assim, “há duas maneiras básicas segundo as quais as audiências são construídas e funcionam como mercados: audiência como consumidora e audiência como mercadoria” (GASTALDO, 2009, P.357). Isso tudo, pensando na apropriação da audiência pelos meios. Assim, o conceito serviria para identificar possíveis consumidores, que depois seriam repassados aos anunciantes, gerando um ciclo infinito entre mercado e publicidade, e reforçando a passividade da audiência afirmada por Gomes (1997).

Continuando no desenvolvimento do tema recepção, Baccega diz que o campo da comunicação é configurado pela pluralidade dos discursos, e o que torna a recepção altamente interpretável:

(...) são as referências que vão traçando percursos de leitura. Por isso dizemos que a comunicação está imersa na cultura. É uma prática cultural que produz significados, ou seja, a partir do que está e já é naquela cultura, ressemantizam-se os significados em cada ato de comunicação. Implica sempre emissão e recepção, resultando na construção de sentidos novos, renovados - ou mesmo sentidos reconfigurados-, produzidos nesse encontro. (BACCEGA, 1998, p.2)

A autora define a Recepção como um processo lento e contínuo, diferenciando-a, por exemplo, de campanhas publicitárias bem sucedidas. Em detrimento de uma análise quantitativa do tema, ela afirma que as mediações são como os filtros do sujeito receptor, balizadas por suas práticas culturais. Por isso, Paulino atesta que a problemática da Recepção é a de ser um campo com múltiplas inter-relações, e que conceitos como “subjetividade, cotidiano, mediações, hegemonia, circularidade, entre outros” formariam um “arcabouço pelo qual se procura entender os processos comunicativos” (2001, p.32). Paulino reforça que o ponto central que diferencia os Estudos de Recepção das teorias da comunicação anteriores é o tratamento conceitual do receptor, como elemento e como conjunto.

### **2.2.1 Sujeito e recepção**

Mais complexa do que se possa imaginar, a definição de sujeito/indivíduo não pode ser feita de maneira isolada. Dessa forma o sujeito social se forma através da confluência das práticas da vida em sociedade. Absorve e produz sentidos desde o momento de seu nascimento, especialmente no início de seu processo de formação de caráter, quando entende o mundo a partir da visão que seus pais/mentores convencionam. O sujeito identifica o mundo. É o micro do macro. É parte vital. Em Comunicação e trabalho (2001), Paulino classifica historicamente o tratamento dado ao sujeito pelas teorias da comunicação. Da Teoria Hipodérmica, passando pelo modelo de Lasswell, até os Estudos Culturais Latino-

americanos, muita coisa mudou. A autora salienta que a principal alteração foi no foco da análise para aspectos relacionados à cultura e ao cotidiano que:

(...) Vão ganhando importante destaque para que se compreenda como o sujeito está inserido no processo comunicacional e como as implicações econômicas e políticas atuam e compõem, na atualidade, a arena das relações sociais, onde se reconhece que a luta pelos sentidos se dá de forma mais estreita e próxima ao cotidiano (...) (PAULINO, 2001, p.34)

Ainda neste mesmo estudo, Paulino ressalta que o sujeito foi historicamente subestimado pelas teorias da comunicação e que a mudança na abordagem das pesquisas é recente. Destaca-se por ser dialético e dialógico. Segundo ela, o sujeito compreende um ser único e particular, ao mesmo tempo em que é fruto das relações sociais e da luta de classes. A seguir veremos como Martín-Barbero construiu a teoria das Mediações Culturais e a mudança para as Mediações Comunicativas da Cultura, e a visão de Orozco, que desenvolve a teoria das Mediações Múltiplas.

### **2.3 A teoria das Mediações Culturais: Martín-Barbero**

As Mediações podem ser definidas como “os lugares que estão entre a produção e a recepção. Pensar a comunicação sob a perspectiva das mediações significa entender que entre a produção e a recepção há um espaço em que a cultura cotidiana se concretiza”. (Wottrich et al. 2009, p.3). Não há uma fórmula mágica para superar todos os problemas nos estudos de recepção, mas muitas tentativas. E quem mais tentou foi Jesús Martín-Barbero.

A teoria das mediações surgiu para fazer o diálogo entre a produção de cultura e os meios de comunicação, completando a recepção midiática. Além disso, Baccega ressalta que a cultura se inicia com o diálogo e a interpretação através das referências culturais, e que por isso, a comunicação estaria imersa em cultura (1998, p.9).

O modelo inicial de divisão proposto por Martín-Barbero para as mediações culturais era composto por três níveis: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural (JACKS, 1999, p.50). A cotidianidade familiar constitui as relações afetivas e pessoais entre família e indivíduo, que a todo o momento participam na tomada de

decisões, na construção de costumes e gostos e na experimentação de conflitos. A temporalidade social define os seres atuais, pensantes na cultura capitalista do século XXI, reproduzindo-a e recriando-a. As experiências culturais são moldadoras da competência cultural. Como mediação, depende de fatores como gênero e classe social, ou mesmo pela escolha de uma religião.

Jacks, em um estudo atual sobre as mediações, constrói dois mapas para repensar a recepção, baseando-se em trabalhos anteriores de sua autoria, e principalmente nas pesquisas de Martín-Barbero. Para ela, a tensão criada entre as lógicas de mercado, as tecnologias de informação e as mediações histórico-culturais são os instrumentos usados para “refletir a relação da cultura com os meios de comunicação” (2010, p.21). Assim, as Mediações Comunicativas da Cultura que configuram essa tensão são: a socialidade, a ritualidade, a tecnicidade e a institucionalidade. Para explicar as categorias em relação a sua funcionalidade, Jacks as divide em dois eixos: “um diacrônico, de longo alcance, tensionando as matrizes culturais e os formatos industriais; um sincrônico, constituído entre as lógicas de produção em sua relação com as competências de recepção e consumo ”(p.21). Esses eixos interagem o tempo todo, adequando-se às mudanças da modernidade. Os formatos industriais, por exemplo, são constantemente influenciados pela relação da lógica de produção com o receptor e o consumidor.

A institucionalidade foi a última mediação proposta por Martín-Barbero. Para Jacks (2010), ela se insere nos dois eixos (diacrônico e sincrônico), e é responsável por fazer a mediação entre as lógicas de produção e as matrizes culturais. Cada instituição tende a impor suas concepções, podendo se anular ou entrar em choque, dependendo de seus objetivos. Entre as ferramentas do poder institucional, a principal é o controle das normas de comportamento. Além disso, é essa mediação que coordena o espaço público, repartido em dois regimes; o estatal, que atua com os serviços públicos, e o regime de mercado, que “converte a liberdade de expressão em comércio” (JACKS, 2010, p.21). Seus valores são por vezes antagônicos e a hegemonia na construção dos discursos públicos, paradoxalmente, sempre é dos interesses privados.

Por depender do espaço cotidiano, a socialidade também aparece nos dois regimes supracitados. Ela medeia as matrizes culturais com as práticas de recepção e consumo. Além disso, estuda o “cenário em que os receptores atuam e interatuam, em que exercem suas práticas e seu habitus, em que a subjetividade e as identidades constroem-se e reconstroem-se” (JACKS, 2010, p.23). Portanto, conclui-se que a socialidade e a

institucionalidade são responsáveis pela configuração das relações entre as matrizes culturais e as lógicas de produção e recepção.

Enquanto a mediação anterior atua no mundo social, a ritualidade constitui a relação dos formatos industriais através da interação da audiência com os meios. Jacks confirma que os meios são responsáveis por estabelecer regras para a significação. Assim, a ritualidade atua “garantida pelas regularidades e pelos ritmos que reconstruem permanentemente os nexos simbólicos” (2010, p.23). Junto com a socialidade, define as relações entre os formatos industriais e as matrizes culturais, tanto para o entendimento dos meios, quanto dos receptores.

Por último, vem a tecnicidade, que cumpre o papel de mediar os formatos industriais e as lógicas de produção (JACKS, 2010). Exerce essa função conectando novos formatos com as experiências sociais e com a produção, através da linguagem dos meios, extrapolando a técnica pura para redefinir a discussão das programações.

Com a mudança das Mediações Culturais da Comunicação para as Mediações Comunicativas da Cultura, Martín-Barbero

recoloca a necessidade formal de trabalhar os meios e todos os recursos que os rodeiam de forma mais enfática para entender a cultura contemporânea, sem deixar, entretanto, de considerar todos os elementos da estrutura sociocultural que configuram a relação das pessoas com os meios de comunicação (JACKS, 2010, p.25).

Assim, pode-se ver a importância das teorias propostas por Jesus Martín-Barbero, e que, apesar das críticas, continuam a permear os debates atuais na construção das pesquisas no campo da Recepção.

## **2.4 Barbero e as mediações: a crítica quanto à aplicação prática**

Refletindo sobre as Mediações Culturais de Barbero, Signates traz novas ideias em seu Estudo sobre o conceito de mediação e sua validade como categoria de análise para os estudos de comunicação (2006). O foco de seu trabalho baseia-se em questionar a ideia de mediação quanto ao seu uso como metodologia de análise. Inicialmente, ele faz um esboço histórico da teoria, utilizando as concepções de Raymond Williams, autor que refuta as Mediações Culturais por tratá-las como parte de uma visão dualista de mundo, que



desconecta realidade e o falar desta realidade. Neste caso, Williams considera a mediação como um simples intermediador da vida cotidiana, e não como o lugar/espço a ser percebido. O autor prefere voltar seus esforços para desenvolver uma metodologia baseada na hegemonia de Gramsci.

Comparando a hegemonia aplicada à cultura, as teorias propostas por Martín-Barbero trataram de redefinir o direcionamento dos estudos em comunicação da década de 1980 até os dias atuais, mudando o foco das pesquisas, que antes eram os Meios (Mídia) para as Mediações Culturais, ou seja, toda a interação entre emissor, receptor e mensagem é considerada como um processo, e não apenas como uma conceituação individual. Em *De los Medios a las Mediaciones* (1987), Barbero desenvolveu a teoria dividindo as mediações em três categorias básicas: a ritualidade, a tecnicidade e a temporalidade social. Depois, continuou suas pesquisas até formular o modelo para o mais atual, que compreende as Mediações Comunicativas da Cultura.

A crítica que Signates mais aponta nos trabalhos de Barbero reside na falta de delimitação conceitual de mediação, ou seja, o uso do termo para outros significados. Na tentativa de mostrar a confusão na conceituação desse termo, ele divide cinco categorias possíveis de entendimento das citações da palavra mediação no trabalho do próprio Martín-Barbero como:

- A) Estruturas, formas e práticas vinculatórias.
- B) Discursividade específica.
- C) Dispositivo de legitimação da hegemonia ou resolução da luta de classes no âmbito da cultura.
- D) Construto ou categoria teórica.
- E) Instituição ou local geográfico.

Essa divisão é uma amostra do enfraquecimento do termo, causando a confusão na delimitação teórica do conceito e na aplicação prática das pesquisas de campo. Apesar disso, autores como Orozco buscaram a superação da teoria das Mediações, e através de suas Multimediações (Múltiplas Mediações), é que este estudo se baseou para a construção das sete categorias citadas em nossa descrição metodológica. A seguir, estudamos as ideias de Orozco.

## 2.5 A teoria das Mediações Múltiplas: os estudos de Orozco

Ciente dos problemas principais das teorias de Barbero, Guillermo Orozco Gomez propõe novas ideias para completar significação das Mediações Culturais. Como explica Signates (2006), o objetivo é agregar novos pensamentos à teoria inicial, a fim de não se sustentar em dicotomias como emissor/receptor. A solução apontada para esse problema é adotar os contextos da recepção como fontes de mediação – os lugares onde as mediações acontecem. Algumas destas fontes são mais concretas, como a classe social, o gênero, a idade, a etnia e os meios. Outras são mais complexas, mas também muito importantes no entendimento global das mediações, como a economia, a política, a cultura e tudo o que possa interferir na recepção. As experiências individuais e as emoções finalizam essa mistura; cada uma dessas fontes pode servir para mediar outras.

Neste sentido, para desenvolver o conceito das Múltiplas Mediações, Orozco separou-as em quatro grupos: situacional, individual, institucional e videotecnológica.

A mediação cognoscitiva é a principal subdivisão da mediação individual. Suas fontes de mediação são, de acordo com Signates (1998, pg.67), os “roteiros mentais”, repertórios ou textos e os scripts, que são relacionados à recepção e, como a própria palavra sugere, definem discursos e ações que direcionam a tomada de decisões e as reações do sujeito a cada tipo de cenário. Os scripts são apreendidos por interações sociais e ganham significação através das instituições sociais. A etnia, idade e gênero são exemplos de fontes da mediação referencial, que junto com a cognoscitiva, completa o conceito de mediação individual.

O conceito de mediação situacional pode ser inferido pelo seu próprio nome. Ele consiste nos espaços e momentos em que a recepção acontece, reconfigurando os modos de apropriação do que é passado pelos meios. Diferentes lugares modificam a recepção (escola, trabalho, bar), e por isso, a compreensão depende de nossas companhias na exata ocasião. Pode-se constatar essa afirmação apenas notando as mudanças de comportamento das pessoas nos diferentes espaços.

Quando as instituições sociais mediam o processo de recepção, podemos notar a influência da mediação institucional; esta age, principalmente, na constituição das identidades, utilizando-se de artifícios como o poder, as regras, as condições materiais e os diferentes níveis de autoridade. Apesar disso, Signates ressalta que esta mediação não deve ser entendida como um processo estruturador monolítico. O receptor interage com as

instituições, legitimando-as ou não, de acordo com individualidades e escolhas. Jacks acrescenta que essa mediação pode servir como “cenário” para: a recepção (família), para as apropriações e reapropriações das mensagens (escola, empresa); como fontes de referência (escola, igreja, partido) ou pelas Comunidades de Interpretação (1999, p.55). Este último cenário é constituído por sujeitos sociais com ambições e gostos parecidos.

Por último, mas não menos importante, a mediação videotecnológica. Neste caso, a TV, por exemplo, é vista como uma instituição social, mas que, diferente das outras, não é fonte ou meio de reprodução, mas de produção própria de sentido; explica-se, por exemplo, através do gênero. Neste caso, trata-se do gênero televisivo, que define a estruturação da programação, “impondo” códigos conhecidos pela audiência, reforçando o vínculo entre meios e receptores, e aumentando a eficácia da mediação videotecnológica. Como exemplo de um momento deste tipo, podemos citar a opção de assistir a um evento esportivo em canais distintos. A escolha de apenas um é determinada pela aproximação com o “repertório textual” e técnico do meio, aliado às representações do interlocutor, ou seja, os profissionais envolvidos (repórteres, narradores, comentaristas). A ação dos profissionais de imprensa pode possuir conotações variadas, interferindo na escolha da audiência pelo padrão que mais lhe agrade.

A seguir, construímos as relações da mídia com o esporte, o futebol e a Copa do Mundo.

## 3 Futebol e mídia: a Copa do Mundo e a recepção

### 3.1 O esporte da mídia

Para Betti (2002), “não existe esporte na mídia, apenas esporte da mídia” (p.107). A afirmação baseia-se na contradição entre a pluralidade do esporte e a pequena parte que interessa para os veículos de comunicação: a competição e o esporte de alto rendimento. Betti acredita que dois motivos principais impossibilitam a cobertura completa do esporte pela mídia: as limitações de cada veículo e as funções específicas que exercem. Assim, o autor salienta algumas características do esporte na mídia como:

- 1) Ênfase na falação esportiva<sup>4</sup>. De acordo com Betti, essa falação cumpre vários papéis: informa, atualiza, conta histórias, cria expectativas e polêmicas, faz previsões, promete, critica, dramatiza e elege ídolos. Pode-se ver a ínfima parte que é consumida pela função primordial da imprensa, a de informar.
- 2) Monocultura Esportiva. Discussão única sobre futebol.
- 3) Sobrevalorização da forma em relação ao conteúdo. Betti (2002) ressalta que há na televisão o uso da linguagem audiovisual. Além disso, recursos como “mini-câmaras, closes, slow-motion, recursos gráficos etc.” (p.108) aumentam as possibilidades no uso dessa linguagem.

Gastaldo (2002) destaca o caráter representativo dos eventos esportivos pensando na mídia em época de Copa do Mundo. A televisão teve audiência maciça durante jogos da CM 2010. O autor busca saber se o que vemos através do aparelho de TV é realmente o que acontece. Para Gastaldo, a resposta é não. O que vemos são imagens escolhidas por uma padronização prévia, quase como um teatro ensaiado. Uma representação do real. Para exemplificar a fragmentação do real, sabemos que nessas transmissões as câmeras acompanham o movimento da bola, em um enquadramento fechado por apenas alguns metros, não mostrando todos os outros pontos do campo. Isto compromete o entendimento da realidade total do jogo, que geralmente é feito através das análises táticas dos comentaristas esportivos.

---

<sup>4</sup> Todas as categorias foram retiradas do estudo de Betti(2002)

- 4) Prevalência dos interesses econômicos. Na televisão, existe uma força sedutora que atrai o torcedor mais “acomodado”, por assim dizer, e construindo as transmissões em torno de um ambiente pré-estabelecido. Utilizando-se da noção de “bem simbólico” de Bourdieu, Damo reitera o futebol como espetáculo, e sua força de atração do consumidor-torcedor:

Está fora de discussão o fato de que um jogo de Copa do Mundo é tratado como mercadoria; afinal, é um espetáculo e, como o próprio termo sugere, sua razão de existir tem a ver com o fato de vir a ser apreciado por um público que paga, direta ou indiretamente, para tanto. Há muitas formas de consumir um jogo, e elas dependem de como o sujeito é envolvido nesse universo. Raros são os torcedores que vão ao estádio para admirar a performance corporal dos jogadores. Vai-se para torcer por uma das partes envolvidas na disputa, e a adesão é, normalmente, anterior à frequência aos estádios. A força com que um sujeito é atraído para a frente de uma televisão, para a escuta de uma locução radiofônica, para a leitura das páginas esportivas ou a tantas outras produções no entorno dos jogos, é força de natureza simbólica, mais sedutora do que coercitiva. (2011, p.73)

Sobre este ambiente pré-estabelecido, Borelli acredita que, dentro do espetáculo, cada componente tem um papel já especificado. Isto caberia perfeitamente como explicação e exemplo para a noção de ritualidade de Jesus Martín-Barbero. Na mídia, por exemplo, existem as reuniões de pauta, as padronizações no projeto gráfico e ordem nas transmissões, quase como uma cerimônia. Os jogadores e técnicos também cumprem rituais específicos como “interromper temporariamente a prática por causa do “tempo da TV”, pousar para a foto no jornal, dar entrevistas para os locutores de rádio, colocar em evidência a marca do patrocinador “(2001, p.12). Por último, isso acontece igualmente com o receptor, que, já habituado à transmissão, escolhe os canais que irá assistir, os jornais que vai ler, e os portais de internet que acompanhará. Assim, o receptor “ao questionar, aceitar ou ficar indiferente a uma informação, o leitor está interagindo com o jornal, não podendo então, estar sujeito ou ser manipulado pelo que lhe foi apresentado” (BORELLI, 2001, p.12).

Mesmo com esse poder de escolha, vê-se que o receptor constantemente sofre a ação do papel ideológico da mídia. Gastaldo, para explicar este papel ideológico, se utiliza do conceito de hegemonia de Gramsci, que, de forma resumida, seria a luta entre os grupos sociais para alcançar um consenso geral e a obtenção de uma “ascendência”(dominação) entre esses grupos. A hegemonia nunca é definitiva. Neste aspecto, o autor ressalta a função da mídia e seu poder de convencimento e assim “a veiculação de representações torna-se elemento chave” (Gastaldo, 2002, p.42), reforçando a

influência da cultura dominante. As formas de se medir essa influência geralmente são atribuições estatísticas que possibilitam aos meios “vender” sua audiência para os anunciantes, classificando-a e quantificando-a como um agente consumidor passivo, espectador no processo de comunicação. Assim, a liberdade de escolha é restringida pela existência dos meios e de seus objetivos, mesmo com o entendimento do leitor acerca das possibilidades de leitura da mídia.

Tanto quanto a mídia, os jogadores dos clubes profissionais do futebol brasileiro também têm firmado parcerias com empresas privadas e federações, através de contratos de marketing. Recentemente, em uma entrevista ao Site Gazeta Esportiva.net (GE.net), o empresário Wagner Ribeiro do jogador Lucas, do São Paulo FC, aponta que “hoje no Brasil, tudo é possível, porque os clubes estão ganhando muito dinheiro com a mídia em geral” (informação verbal)<sup>5</sup>. No significado do termo mídia, ele inclui desde contratos de televisão até patrocínios das mais diferentes formas. Dessa forma, podemos ver como funciona o jogo de interesses que “prende” tanto a imprensa e seus profissionais, como os clubes e jogadores. Mesmo assim, a popularidade do futebol continua em ascensão.

### **3.2 O Futebol: a paixão do brasileiro construída pela mídia**

No Brasil, uma das razões da popularidade do futebol relaciona-se ao custo de sua prática. Qualquer objeto pode virar uma bola. O futebol possui regras simples e precisa de pouco para acontecer. Espaços mínimos como os simples corredores das casas já são suficientes. Martinelli completa, dizendo que:

A assistência ao jogo de futebol como forma de lazer é muito freqüente no mundo e é a atividade mais praticada no tempo livre do brasileiro, que acompanha as partidas tanto nos estádios como na televisão, rádio e, até mesmo, pelos relatos simultâneos em sites da *internet*. O êxito desse esporte como preferido no Brasil e no mundo faz com que um grande e crescente capital seja investido na modalidade e diversas áreas de atuação profissional direcionem sua atenção para o esporte. Além da educação física, a sociologia, a economia, o direito, a publicidade, entre outros, cedem, cada vez mais, especialistas para o espetáculo do futebol, com uma grande movimentação monetária direta e indiretamente (REIS, 2006, apud MARTINELLI, 2008, p.13).

---

<sup>5</sup>Wagner Ribeiro, entrevista ao site GE.net (21/11/2011)

Além disso, como o principal motivo da forte ligação entre o povo brasileiro e o futebol, Gastaldo (2002) indica a história do país na Copa do Mundo. Com cinco conquistas, o Brasil é o maior campeão do torneio, que é realizado de quatro em quatro anos, entre trinta e duas seleções, de todos os continentes.

Como já foi citado, esse evento só acontece mediado, principalmente pela mídia televisiva, que constrói a realidade da CM e da sociedade ao redor da disputa, com opiniões e posições baseadas em suas pretensões econômicas. Quando essas pretensões podem ser prejudicadas, a mídia procura se proteger não confrontando os problemas existentes, mesmo que sejam de interesse público. Um caso atual e exemplar desta afirmação é a abstenção da Rede Globo em fazer críticas ao presidente da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) Ricardo Teixeira. O dirigente é investigado por diferentes crimes, como fraudes e suborno. Enquanto as outras emissoras costumam noticiar e comentar os deslizes do “cartola”, os canais ligados às Organizações Globo (Rede Globo e canais GLOBOSAT) se abstém do debate, causando estranhamento e revolta em seus consumidores, que se manifestam através das redes sociais na internet.

Historicamente, o brasileiro começou a acompanhar o futebol mais de perto durante a CM de 1950. Para ilustrar os mecanismos que mídia utilizava para atrair a audiência, Gastaldo conta que

“durante a Copa de 1962, no Chile, os videoteipes dos jogos do Brasil só conseguiam ser transmitidos no País dois dias depois dos jogos. Uma emissora de rádio de São Paulo, então, instalou na Praça da Sé, no centro da cidade, um enorme painel em formato de campo de futebol coberto de lâmpadas, com alto-falantes transmitindo os jogos do Brasil. Os locutores da emissora eram instruídos a deixar sempre claro em suas narrações a posição da bola no campo, de modo que, em São Paulo, um operador acendia a lâmpada correspondente ao deslocamento da bola no gramado do Chile. Segundo Edileusa Soares, o engenhoso mecanismo atraiu multidões para acompanhar os jogos “ao vivo” e garantiu a conquista da audiência para a emissora naquela copa.”(2004, p.126).

Este exemplo mostra claramente a produção de sentido e a realidade do esporte mediado pela TV. Gastaldo aponta que apesar da Copa do Mundo constituir um importante fato social no Brasil, não é “privilegio do futebol ter significados construídos pela mídia” (2004, p.125), ou seja, indica que a construção da realidade pode ser definida de acordo com as vontades do meio em questão, em qualquer acontecimento noticioso. Daí a importância do receptor ativo, crítico tanto do que pode ver na programação, tanto do que é propositalmente ignorado pelos veículos de imprensa.

### **3.3 Futebol e mídia: recepção, mediações e a importância do sujeito**

Pensando em exemplos de estudos que tratam de recepção e esporte, Gastaldo novamente serviu de referência com a pesquisa: *A Recepção Coletiva de Futebol Midiatizado: apontamentos etnográficos* (2005). Ele inicia o artigo discutindo aspectos sobre a pesquisa etnográfica e a cultura do futebol no Brasil. Para Gastaldo, também é importante investigar a sociabilidade envolvida no processo de recepção em lugares públicos, no caso, bares. Porém, observamos com maior apreço, sua discussão sobre aspectos da recepção coletiva através do futebol midiatizado. Ele trata sobre a dispersão espacial dos participantes, e divide a análise do discurso midiático entre dois tipos de interação: com as imagens e com a locução. Neste caso, o intuito foi utilizar as suas afirmações e resultados para aperfeiçoar os resultados desta pesquisa, já que estas interações estão muito presentes nos dois trabalhos. A diferença principal é nosso foco no individual.

Neste sentido, lembramos das premissas de Orozco, que indicam a recepção como uma interação necessariamente mediada de múltiplas maneiras, aliando-se aos estudos de Gastaldo para formar o suporte teórico/metodológico de nossa pesquisa. Vale lembrar que a uma das premissas é a de que a interação/recepção não está circunscrita ao momento de assistir televisão, mas à bagagem cultural do “leitor” da mensagem, e constatamos que, assim como as práticas sociais, o sujeito também é um objeto de estudo muito rico.

Diferentemente de Gastaldo, utilizamos as mediações para dar significado as manifestações verbais do indivíduo estudado. Os estudos de recepção em si diferem dos conceitos de Martín-Barbero por não serem aprofundados por pesquisas de campo, o que para nós é primordial, já que esta prática levou ao conhecimento das teorias, e ao seu desenvolvimento a partir da década de 1980. A maioria dos autores estudados procurou e ainda continua a estudar, reformular e aprofundar suas ideias, e essa contribuição foi uma das motivações deste estudo.



## 4 MEDIANDO AS RECEPÇÕES

### 4.1 A construção da pesquisa social: empirismo e subjetividade

Toda pesquisa apresenta dificuldades peculiares quando comparadas em relação às grandes áreas; exatas, humanas e biológicas. A pesquisa social, ou seja, dentro da área das humanidades, exige o trabalho com percepções subjetivas e observações inconstantes. Acreditamos nos encaixar na definição da pesquisa social empírica, de Campomar:

O método científico da **pesquisa social empírica** permite que se faça levantamento, observação e experimento, fornecendo conhecimento sobre opiniões, atitudes, crenças e percepções dos indivíduos, sejam eles agentes ou pacientes de um processo. (CAMPOMAR, 1982, apud CAMPOMAR, 1991, p. 95)

Para alcançarmos nossas metas, foi necessária a construção de uma análise qualitativa, que exigiu a adoção simultânea de dois métodos em pesquisa social para traçar um perfil do indivíduo estudado e poder aliar a recepção midiática às mediações. Antes, nos certificamos em escolher um sujeito que se adequasse à condição previamente estabelecida: uma pessoa que não fosse “contaminada” pela discussão diária do esporte, em especial, a extensiva discussão sobre futebol nas “mesas redondas”<sup>6</sup>, que permeia grande parte da programação dos canais de TV aberta e também na TV a cabo, inclusive nos canais específicos para o esporte, como o SporTV e a ESPN.

Montamos uma entrevista despadronizada, com perguntas abertas, que servissem para a construção do perfil do sujeito. Completando a entrevista, as filmagens do indivíduo durante os jogos da Copa 2010 foram nosso maior objeto de estudo, e foram feitas no esquema de uma observação participante.

Nos resultados, detalharemos a análise norteada pelos estudos de Lopes et al.(2002) que, apesar de estudar famílias e as mediações em relação à telenovela, são adaptáveis aos nossos interesses, com algumas alterações para entender a mediação do nível individual para o coletivo.

---

<sup>6</sup> Programas esportivos geralmente realizados aos domingos à noite, e que discutem jogos de futebol.

Abaixo, descreveremos os procedimentos metodológicos de acordo com a sua ordem de execução. Antes disso, trazemos um perfil do sujeito estudado, de acordo com os dados obtidos na entrevista e na observação. Destaca-se que os todos os nomes usados neste relatório não são verdadeiros, mas sim fictícios.

#### **4.2 Perfil do sujeito**

Como ressaltamos, o intuito da pesquisa de campo foi analisar reações verbais. Para isso, escolhemos um sujeito que não trouxesse uma carga de comentários relacionados a tática ou aspectos técnicos do futebol. Assim, a entrevista serviu para confirmar esse distanciamento do sujeito com o esporte, mesmo em relação a prática. A seguir, trazemos o perfil do sujeito, ou como ressalta Orozco, suas mediações referenciais.

Nome: Eliéber Freitini<sup>7</sup>

Sexo: masculino

Idade :24 anos

Nacionalidade: Brasileira

Nascimento: São Paulo-SP

Estado civil: solteiro

Etnia: negro

Núcleo familiar: Pai, mãe e irmã

Escolarização: superior completo

Curso: secretariado executivo trilingue

Religião: evangélico

Profissão: professor de idiomas

Esporte mais que assiste: Vôlei

Esporte que mais praticou: Atletismo(corrída)

Momento marcante: A morte de Ayrton Senna

---

<sup>7</sup> Todos os nomes atribuídos são fictícios

Ao longo da análise dos resultados traremos novos dados de acordo com o momento, a situação e a mediação em questão. As relações com a família e amigos serão discutidas de acordo com suas peculiaridades.

### **4.3 Entrevista despadronizada**

Optamos por um modelo de entrevista que propiciasse liberdade para o entrevistado e também para que as perguntas pudessem ser reformuladas quando necessário, ou seja, para o entrevistador. Para isso, a entrevista despadronizada foi o tipo escolhido. De acordo com Lakatos et al., esse tipo de entrevista possibilita ao entrevistado “desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada” (2001, p.94).

A entrevista serviu para fornecer dados sobre o sujeito selecionado e confirmar que o conhecimento que este tem sobre o futebol não faz parte do senso comum, ou “homem-futebol”. Consideramos que este senso comum é formado por comentários feitos em rodas de amigos em bares ou mesmo por meio das mesas redondas sobre futebol que são transmitidas nas noites de domingo, por exemplo. Além disso, foi possível constatar que o indivíduo pesquisado não é aficionado pelo futebol já que revelou não torcer com paixão por nenhum time, como é possível perceber na maioria dos discursos do universo masculino. Apesar disso, ele afirma ter uma paixão pela seleção brasileira de futebol, e também gostar de assistir aos jogos de copa do mundo.

Abaixo, as perguntas da entrevista despadronizada:

**Pergunta 1** – *Queria saber um pouco da sua história de vida e os lugares em que você morou até este ano (2010).*

**Pergunta 2** – *Gostaria que você traçasse um histórico da sua vida em relação ao esporte. À prática, primeiro e depois a assistir aos esportes que você gosta e que lhe chamam a atenção.*

**2.1** - *Como você chegou ao atletismo?* **2.2** – *Quais esportes você acompanha efetivamente através da mídia?*

**Pergunta 3** – *Gostaria de saber qual sua profissão atual e formação acadêmica.* **3.1** - *Em relação a sua formação: como você foi levado a organização de intercâmbio estudantil e qual sua relação com as pessoas dentro da organização.* **3.2** – *Você acha que fez muitos amigos*

*nesta organização pela identificação com o grupo? No ensino médio você conheceu pessoas muito diferentes, e que talvez não se identificassem com as vontades que você tem, certo?*

**Pergunta 4** – *Gostaria que falasse um pouco do seu convívio familiar, separando da maneira que achar mais interessante, as influências de sua família em seu dia a dia* **4.1** - *Como é a relação dos Freitini com a Copa do Mundo?* **4.2** - *Essa relação maior que você tem com as Copas, demonstra a vontade de se “internacionalizar”, essa busca do aprendizado de culturas estrangeiras?*

**Pergunta 5** – *Gostaria que você desse sua opinião sobre a Copa 2010, subdividindo a resposta em dois aspectos do evento: econômico e impacto social.* **5.1** - *Gostaria de saber quais países que você torcerá na Copa do Mundo 2010. Dê de três a cinco opções.*

A entrevista completa está colocado no fim deste trabalho, nos anexos. As respostas foram utilizadas para montar o perfil do sujeito e também balizar a discussão dos resultados, em acordo ou choque com as manifestações verbais observadas.

#### **4.4 Participando da observação: as filmagens**

A observação participante, como o próprio nome já diz, seria a imersão, parcial ou total, do pesquisador na comunidade ou grupo. No caso desta pesquisa, os grupos foram diferentes em cada observação. A proximidade com o sujeito definiu a pesquisa como uma observação participante. Os três primeiros jogos analisados foram da Seleção Brasileira de futebol. Como ela não se classificou para a final, optamos por colocar o indivíduo novamente ao lado dos amigos, para notar possíveis diferenças nas mediações, principalmente em relação a mediação situacional. A partir disso, coletamos nas filmagens, as reações do indivíduo que foram verbalizadas; falas, comentários, afirmações etc. A seguir, uma descrição das filmagens durante os jogos, mostrando o que foi compreendido e estudado em cada ambiente.

**1º Jogo:** Brasil X Coréia do Norte – 15/06/2010 – 15h30min

Ambiente: Família.

Filmagem completa das reações da Família durante todo o jogo. Estavam presentes o indivíduo central, Eliéber Freitini, sua irmã Helena e seu pai, João Francisco. Aqui, tentamos notar as influências das relações de parentesco em relação às fontes de mediação presentes, tanto individualmente (gênero, idade, etnia, esquemas mentais) como coletivamente.

**2º Jogo:** Brasil X Costa do Marfim – 20/06/2010 – 15h30min

Ambiente: Casa de amigos.

Filmagem completa da interação do indivíduo com seus melhores amigos. Estavam presentes: Eliéber Freitini, e seus amigos; Eliane Gomis, Nassim Roma, Rebeca Guelfi, Carlos Matsumoto, Maristela Graciane e Pedro Penachione. O objetivo principal era contrastar a realidade familiar com a dos amigos, notando as diferenças e a influência no comportamento do indivíduo de acordo com o perfil de seus amigos.

**3º Jogo:** Brasil X Portugal – 25/06/2010 – 11h00min

Ambiente: Bar.

Filmagem das interações do indivíduo em um bar, mas agora sozinho. A meta era perceber as relações formadas a partir do estranhamento e da situação do novo, e principalmente pelo jogo. Ao mesmo tempo, procuramos reparar as diferenças com os outros lugares de mediação, atentando a uma de nossas categorias, os Aspectos Intermediação<sup>8</sup>.

**4º Jogo:** Espanha X Holanda – Final – 11/07/2010 – 15h30min

Ambiente: Casa de amigos.

Pela segunda vez, fizemos a filmagem da interação do indivíduo com seus melhores amigos, mas apenas durante o primeiro tempo da final da Copa do Mundo FIFA 2010. Estavam presentes: Eliéber Freitini, e seus amigos; Breno Salles Bahia, Rebeca Guelfi Rossi, Carlos Matsumoto e Maristela Graciane. O objetivo principal era contrastar as realidades (entre amigos) mostrando as diferenças nas reações e comentários em relação ao jogo.

---

<sup>8</sup> Explica-se a seguir.

#### 4.5 Criando categorias: mediações para os fins

Esquematizamos categorias para fazer um paralelo com os tipos de mediação propostas por Orozco (1996)<sup>9</sup>: referencial, situacional, individual, institucional e tecnológica. Neste momento, apenas unimos cada categoria as mediações correspondentes, tratando de explicá-las no próximo capítulo desta monografia. As mediações em si não foram preteridas na “transformação” em categoria, mas por fazerem parte de uma complexidade subjetiva e não visualizável somente no momento da recepção, mas sobre toda a produção de cultura do indivíduo, é que foram alteradas. A divisão das manifestações ficou assim:

- 1 - **Ligação com o esporte (LE)**: Comentários que façam referencia a algum conhecimento previamente adquirido sobre o futebol. Geralmente virão juntos com experiências anteriores.
- 2 - **Transmissão esportiva (TM)**: Opiniões acerca das falas dos profissionais de mídia e imagens que possam chamar mais atenção, ou sobre o padrão e a qualidade da transmissão.
- 3 - **Identificação com jogadores (IJ)**: Comentários e opiniões sobre os jogadores e técnicos da Copa do Mundo. Gostos e desgostos.
- 4 - **Experiências anteriores (EA)**: Comentários geralmente alheios a partida, trazidos de experiências anteriores ou opiniões já formadas sobre acontecimentos nos momentos do jogo.
- 5 - **Publicidade e Consumo (PC)**: Alusões a marcas e patrocinadores durante os jogos, e como eles aparecem.
- 6 - **Momento do jogo (MJ)**: Opiniões e reações a momentos específicos do jogo.
- 7 - **Aspectos Intermediação (AIM)**: Aqui serão computados os momentos específicos do lugar de mediação, que não poderiam acontecer em outros lugares, por exemplo.

Vale ressaltar que estas categorias não foram criadas para limitar, mas sim expandir as nossas análises. A intenção é observar como o lugar de mediação interfere nas opiniões expressadas pelo indivíduo, e relacionar os comentários as experiências anteriores e ao seu perfil, conciliando as respostas da entrevista. Essa divisão também não exclui a pluralidade dos comentários, que podem estar em mais de uma categoria simultaneamente. As concepções de Martín-Barbero também foram utilizadas na análise, principalmente as mediações que não fazem parte da categorização de Orozco. Os resultados serão apresentados

---

<sup>9</sup> Este não é um modelo fixo, e vem sofrendo alterações desde a década de 1980.

em uma tabela com os comentários e reações já separados nas categorias propostas, de acordo com o jogo em que aconteceram. A seguir, trazemos a discussão acerca dos resultados.

## 5 As mediações em cena: a Copa do Mundo 2010

Nossa discussão pretende se basear nas categorias propostas, aliadas aos lugares de mediação em que aconteceram. Apesar dos dados estatísticos serem muito claros, a subjetividade estará presente em toda a análise. Não podemos ver nitidamente como as reações se encaixam em suas respectivas divisórias, mas sim um transbordamento de significado. Vamos analisar, a fundo, a LE, a TM, a PC, a IJ e também a última; AIM.

Entre as categorias preteridas, as experiências anteriores(EA) constarão nos resultados analisados quando também se inserirem na ligação com o esporte, já que nosso estudo tem por objetivo secundário, a relação do esporte com a comunicação. O momento de jogo(MJ) será estudado dentro da identificação com o jogadores, quando for pertinente para completar algum raciocínio, já que a maioria das manifestações desse tipo fizeram menção a ocasiões específicas das partidas, que não podem ser citadas fora de contexto.

Abaixo, a tabela com as manifestações verbais tratadas estatisticamente.

**Tabela 1** - Tipos de manifestação do sujeito X Jogo da Copa do Mundo 2010

T X J <sup>10</sup>	Jogo 1	Jogo 2	Jogo 3	Jogo 4**	Total (por tipo)
Tipo	BraXCor	BraXCM	BraXPort	EspXHol	
LE	5	16	12	6	39
TM	12	13	4	2	31
PC	5	7	0	0	12
EA	7	34	17	6	64
IJ	7	23	7	3	40
MJ	9	22	15	10	56
AIM	0	7	7	3	17
Total (Por jogo)	<b>45</b>	<b>122</b>	<b>62</b>	<b>30</b>	<b><u>259*</u></b>

\*\*1º tempo      \*Total Geral

<sup>10</sup> Tipo de Manifestação X Jogo da CM 2010



Essa tabela traz, na disposição horizontal, os jogos em que as reações foram visualizadas, e na última linha, o totais de cada jogo. Na vertical, essas reações foram colocadas em suas devidas categorias. Na última coluna, os totais por categoria.

Começemos a análise pela primeira categoria, a Ligação com o Esporte:

### **5.1 Ligação com o esporte (LE)**

Para Gastaldo (2002), o amor futebolístico do povo brasileiro se deve às vitórias da seleção brasileira masculina de futebol na Copa do Mundo. Somos os maiores campeões da competição, com cinco conquistas. Com o passar das gerações, as famílias tratam de contribuir para aumentar essa paixão; os pais escolhem os times dos filhos, incentivam a prática do esporte, em especial do futebol, e desde a infância das crianças, compram roupas, bolas e vários outros artefatos relacionados ao seu “clube do coração”. Assim, muitas crianças carregam essa paixão e depois passam a seus filhos, tornando o ciclo “infinito”. A ligação é tão forte que o torcedor brasileiro é o técnico de futebol e comentarista de televisão ao mesmo tempo. O fato de trabalharmos com um torcedor que se diferencia dessa massa é determinante para os resultados que buscamos e para limitar sua ligação com o esporte como categoria.

Além de englobar as manifestações ligadas ao esporte, esta categoria também comporta comentários que denotem uma falta dessa ligação, ou seja, confusões e erros que o indivíduo possa cometer em suas memórias esportivas, antigas ou recentes. A **LE** pode ser considerada uma subdivisão das experiências anteriores (**EA**), mas nesse caso, direcionadas apenas ao esporte. Sendo assim, buscamos comentários que demonstrassem esse tipo específico de conhecimento. A seguir, a discussão das manifestações desse tipo, divididas pelo ambiente em que ocorreram.

#### **5.1.1 Família**

Durante a entrevista, o sujeito nos informou que os membros de sua família mais ligados ao esporte são seu pai e sua irmã, o que pudemos perceber claramente durante as

filmagens. Esta última gosta de praticar futebol e assistir esportes em geral, enquanto aquele prefere apenas acompanhar pela televisão. A mãe de Eliéber está acostumada a assistir menos televisão. Sabemos que eles passaram alguns anos sem ter um aparelho TV, principalmente durante a infância do indivíduo, por conta de exigência da religião. Isso parece ter sido determinante para a formação de seu distanciamento do futebol.

Entre todos os comentários categorizados por **LE**, apenas um destes denotou uma lembrança ou ligação ao esporte, e que também pode ser considerada como opinião:

*“O Brasil só conhece jogar sob pressão!”<sup>11</sup>*

As outras reações fazem menção a conhecimentos adquiridos de forma dúbia, ou mesmo confusa: *“Quem jogou ontem, Alemanha e Austrália? R: não, foi o a Holanda”*. Em outra situação, o sujeito disse que preferia que o fornecedor de material esportivo da seleção fosse a Nike, pois não gostava da Puma. O uniforme já era patrocinado pela Nike. Pudemos notar comentários pontuais sobre o momento do jogo, mas nenhum deles demonstrava conhecimento tático ou técnico do jogo. Por outro lado, a família do indivíduo parecia saber mais sobre futebol. Enquanto isso, o pai de Eliéber recordava memórias antigas sobre escalações das seleções brasileiras nas copas anteriores (2006, 2002, 1998). *“Sabia que o Galvão substituiu o Luciano do Valle?”*, contando sobre troca de narradores da Rede Globo para a Copa do Mundo de 1982. Apesar desse conhecimento e gosto por esporte, o pai do sujeito nunca o incentivou a praticar algum esporte, como ele nos revelou na entrevista.

Ao todo foram apenas cinco falas<sup>12</sup> deste tipo, contra 13 e 16 em outras duas oportunidades. Isso demonstra um receio do sujeito, que não se sente seguro para fazer comentários deste tipo quando sua família está presente, pois na maioria das vezes em que o fez, foi corrigido ou ignorado. Nota-se então que a família, como instituição social, não trouxe motivação para que o indivíduo se aproximasse do futebol, até por não possuir “rituais”, como assistir a Copa do Mundo com todos os membros presentes (a mãe quase não assiste TV). O sujeito revelou na entrevista que lembra vagamente sobre algumas finais de Copa do Mundo, e isso demonstra a fraca conexão entre o evento e sua família. Apesar disso, uma de suas memórias esportivas mais marcantes é a derrota do Brasil para a França em 1998, ano em que ele e sua família adquiriram o primeiro aparelho de TV. Curiosamente, outra de suas memórias faz menção a morte de Ayrton Senna, em 1994. Nesta época o sujeito ainda não

<sup>11</sup>As frases retiradas das filmagens dos jogos foram colocadas em destaque itálico.

<sup>12</sup>Falas, manifestações, reações, expressões, comentários e opiniões: sinônimos para o uso dos dados estatísticos.

tinha aparelho de TV em casa, e mesmo assim se lembra de assistir o acidente. Isso mostra a importância do ídolo, no caso Ayrton Senna. A Fórmula 1 era mais assistida pelos brasileiros, assim como foi o tênis no “reinado” de Gustavo Kuerten, a repopularização do boxe com Acelino Freitas, o momento atual, em que há grande popularização do MMA (Mixed Martial Arts), lutas marciais combinadas, especialmente com o campeão Anderson Silva.

Logicamente, outras escolhas também podem ter contribuído para esse distanciamento do sujeito com o futebol. Lopes explica que a subjetividade da recepção poderia ser mais bem avaliada com a ajuda da Psicologia, e afirma, que, para pensar a mediação na recepção seria necessária a identificação de categorias psicológicas de análise. Mesmo assim, admite que isso ainda não seria suficiente para entender por completo “a ampla gama de indagações que a relação receptor/televisão suscita” (2002, p. 181).

### 5.1.2 Amigos e bar

Optamos por unir os dois lugares (casa de amigos e bar), pois os resultados observados foram similares, podendo ser dialogados de forma única. Encontramos muito mais reações ligadas ao esporte, e também mais variadas entre si. Em muitos momentos os comentários deste tipo estiveram ligados a um aprendizado esportivo sobre as regras do futebol, algo que não pudemos perceber na presença da família.

“*Mano! Bateu ombro com ombro!*”, sobre uma falta marcada contra o Brasil.

“*Toque involuntário? (rs)*,” sobre o gol irregular de Luis Fabiano no jogo 2.

Em outra oportunidade, Eliéber se defende de uma brincadeira dos amigos, justificando que sabe as “coisas básicas” do futebol. Esse ambiente se mostrou mais favorável para o aprendizado das regras do jogo, já que o sujeito aproveitou para absorver as manifestações de seus amigos. Sozinho no bar, ele teve mais liberdade para arriscar comentários e algumas previsões sobre o jogo:

*“Está muito ruim esse jogo. Na verdade, está tudo no meio de campo não é? Tudo embolado. Estou falando besteira? Mas está atacando bem? Os times estão muito iguais”,* em dúvida sobre o que pensar.

*“Repara. Segundo tempo ele vai dar um vermelhinho”.*

Neste ambiente as interações do indivíduo foram com pessoas que ele não conhecia, e provavelmente não manteria contato depois do jogo, o que contribuiu para que a inibição por possíveis repreensões fosse menor. Ao adotar o padrão de comportamento do torcedor, ele também aproveitou a falta de gols durante a partida para falar sobre outros times da CM 2010, como Chile e Itália, os quais descobrimos na entrevista que são as seleções com as quais mais se identifica, e se prontificaria em torcer caso a Seleção Brasileira fosse eliminada.

## **5.2 Transmissão midiática (TM)**

Para Gastaldo (2002), a transmissão de um evento esportivo é uma construção de um acesso mediado à realidade. O que é transmitido é uma idealização do real, repleta de pré-produção e recursos tecnológicos. Isto explica a diferença cada vez maior entre o praticar e o assistir. Baseando-se no esporte de alto rendimento, a tendência é a de que a sociedade consuma mais (TV, *videogames*) e pratique menos. Os jogadores profissionais se transformam em lendas, os dirigentes de clubes são como políticos inatingíveis e a televisão é a grande formadora de uma opinião unilateral. Essa força está no pensamento de que “o esporte não necessita de tradução, ou mesmo de adaptação (FERES NETO, 1999, p.53).

Assim, este tópico tratou de unir todas as expressões e opiniões acerca da transmissão dos jogos. Tudo que é relacionado aos profissionais (narradores, comentaristas, repórteres e etc.), a aspectos técnicos, como o posicionamento de câmeras, sons e afins, foi percebido. A seguir, a discussão dividida nos diferentes ambientes.

### 5.2.1 Família

De modo geral, as reações à transmissão foram maiores quando o som do aparelho de TV era percebido. Nos dois últimos jogos, o barulho das pessoas conversando abafava as vozes dos profissionais da mídia e impedia o sujeito de se relacionar com estes comentários; por isso nossa análise se baseia primordialmente nos dois primeiros jogos.

No ambiente familiar, a maioria das manifestações em relação à transmissão televisiva foram críticas às falas de Galvão Bueno, narrador da Rede Globo:

*“Apaga tudo que aconteceu no primeiro tempo!(rs) não consigo agüentar os comentários do Galvão! Apaga tudo, apaga!”.*

*“O Galvão acha que sabe falar o sobrenome dos países“.*

Mesmo assim, quando seu pai sugeriu a mudança de canal, o sujeito foi contra:

*“Ah, querendo ou não é que a da Globo é melhor, não é?”.*

E para justificar sua posição sobre a qualidade transmissão da TV Bandeirantes, disse que:

*“Nem parece que é jogo de verdade, parece que você está vendo reprise”*

Foi a contradição mais importante nas reações verbais do indivíduo; sua predileção pela Rede Globo de televisão, mesmo com as várias críticas ao narrador principal da emissora. Podemos apontar duas causas para isso; a primeira é visual/técnica. A TV Globo tem os melhores equipamentos, e conseqüentemente a melhor imagem entre as que estavam transmitindo o jogo. A segunda é a cotidianidade do indivíduo. Acostumada aos canais de TV aberta, sua família tem influência direta na escolha do que assistir. Eliéber e sua mãe estão habituados às novelas da emissora. Soubemos também que seu pai gosta de assistir programas que reprisam “gols” na TV Bandeirantes, mais um indício da instituição familiar na formação de suas preferências, mas agora, constituindo o distanciamento .

### 5.2.2 Amigos e bar

Neste ambiente, as críticas a Galvão Bueno foram trocadas por comentários irônicos, ou em relação à regra do jogo:

*“Galvão e suas estatísticas maravilhosas. É o primeiro jogo sem Alemanha, Uruguai, Itália ou Argentina. Sério? Por que será?”*, na final do torneio.

*“Toque involuntário? (rs)”*, sobre o gol irregular de Luis Fabiano.

O comentário mais notável foi em relação às opiniões dos comentaristas acerca da atuação de Luís Fabiano. No jogo 1, ele foi duramente criticado e taxado de omissos<sup>13</sup>. Já neste jogo, fez dois gols e foi considerado o melhor jogador da partida. A crítica recorrente que se faz aos profissionais que comentam esporte na mídia é a de serem imediatistas; sempre discorrer sobre o momento em detrimento de feitos antigos. Isso pode ter sido apreendido pelo sujeito, tanto em sua família (com seu pai), tanto quanto com seus amigos, pois a maioria deles também apresentou este descontentamento com os profissionais da imprensa esportiva em geral. Descobrimos na entrevista que a família Freitini só passou a assistir televisão quando Eliéber completou 10 anos. Apesar de seu pai gostar de futebol, e, de acordo com ele, assistir a qualquer jogo, o sujeito se definiu como “torcedor de Copa do Mundo”, ou seja, apóia o Brasil nesta época, e só.

Em relação a aspectos técnicos da transmissão, apenas uma das manifestações se mostrou ser desse tipo:

*“Não, na outra câmera mostrou”*

Parece uma simples afirmação, mas ela revela como as transmissões procuram se valorizar diante dos telespectadores; com os ângulos inimagináveis, melhor captação de sons, “tira-teima”<sup>14</sup>, zoom, a constante troca de câmeras e etc. Os pontos no ibope<sup>15</sup> trazem publicidade e patrocínio, o que possibilita que a emissora possa se equipar ainda

<sup>13</sup> Na linguagem popular, “amarelão”.

<sup>14</sup> Tecnologia que tridimensionaliza os jogadores mostrando se o lance em questão era válido de acordo com a regra.

<sup>15</sup> Cada ponto no ibope equivale a aproximadamente 60 mil aparelhos de televisão.

mais. Betti (2002) atribui esse poder à linguagem audiovisual, específica para os eventos esportivos, transformando-os em “telespetáculos”.

### **5.3 Publicidade e consumo (PC)**

Para Lopes et al., a televisão é um “forte dispositivo sociotécnico de (re) conexão entre o público e o privado, em particular por sua capacidade estrutural para mesclar esses espaços” (2002, p.138). A autora acredita que em uma sociedade que privilegia o mercado e a tecnologia, o sujeito é percebido somente quando se apropria de produtos e bens de consumo, sendo apenas suporte de valor. Assim, a relação entre publicidade e televisão atingiu uma sinergia inédita. Gastaldo (2002) afirma que as mensagens publicitárias estão cada vez mais efetivas, em menores espaços de tempo. Para ele, o discurso publicitário não é mais um instrumento mercadológico, mas um modo de alterar as representações sociais dentro de uma cultura de consumo midiaticizada. De acordo com Betti (2002), a publicidade descobriu o futebol como uma modalidade altamente rentável e com a melhor relação custo-benefício do Brasil.

Neste tópico buscamos decodificar essas mensagens passadas através da publicidade, sua apropriação pelos indivíduos e suas formas de aparição durante o “telespetáculo”. Mesmo assim, acreditamos no receptor ativo, que apesar de inserido neste contexto de culto ao consumo, pode compreender melhor seu lugar na sociedade, controlar a “chuva” de propagandas e tentar escolher o primordial.

Na pesquisa de campo, encontramos dados nas duas primeiras partidas, e por isso nossa análise se atém a esses momentos.

#### **5.3.1 Família e Amigos**

A família não tem tanta influência na assimilação das propagandas, quando tomada por instituição social isolada, mas sim quando em conjunto com a sua posição, sua classe social (mediação referencial). Gastaldo (2002) traz a definição de público-alvo, que, no discurso publicitário, se baseia em um recorte específico da população, para quem as

mensagens de incentivo ao consumo são direcionadas. Durante a Copa do Mundo, a audiência é muito heterogênea, e estas mensagens passam a ter um caráter mais geral. Na transmissão, o narrador costuma “ajudar” no *marketing* de alguns produtos, tecendo indiretamente opiniões indiretas sobre os bens de consumo, como os uniformes, a bola e as chuteiras. Em nossa pesquisa de campo, notamos algumas reações do indivíduo a esses comentários:

“*Eu acho que tem que combinar, sabia, é sério, não pode ter laranja e amarelo, fica feio!*”, sobre os uniformes de jogo.

“*Nossa, ela é perfeita*”, sobre a camisa falsa do Brasil que estava usando.

“*Ai gente, eu queria ir num jogo da Copa, imagina?*”.

Este último comentário aconteceu em um momento típico de início de transmissão. Uma câmera filmava todo o estádio, de cima e também lateralmente; as pessoas estavam sorrindo, e, “fantasiadas” para a ocasião, ilustravam fielmente a representação de realidade que a TV procura fazer, previamente discutida no trabalho de Gastaldo (2002).

Em relação aos lugares de mediação, não foram notados comentários acerca do assunto deste tópico nos jogos 3 e 4. No terceiro jogo, as interações do sujeito com o som da televisão foram escassas, quase nulas, devido ao barulho das conversas no bar. No quarto jogo, as constantes conversas entre os amigos de Eliéber restringiram a atenção do sujeito a momentos pontuais do jogo.

Também não vimos diferenças entre as reações observadas com a família e os amigos. Como instituições sociais, suas influências são bastante similares. Por outro lado, vemos o crescimento do *marketing* esportivo, que procura aproximar os atletas dos indivíduos “comuns” da sociedade através de modernos produtos esportivos.

Pode-se dizer que esporte não tem grande mercado somente por essa variedade de produtos comercializados, mas também pela identificação do público com as mercadorias. O *marketing* esportivo cresceu junto com o interesse da mídia em transmitir os grandes eventos. Atualmente, as empresas estão destinando cada vez mais recursos para esta área, visto que a efetividade da propaganda é revertida no aumento das vendas e do lucro. Na Copa do Mundo, essa propaganda é exponencialmente valorizada, assim como seus resultados. Por isso, é maior a quantidade de marcas nos grandes eventos esportivos.



#### 5.4 Identificação com os jogadores (IJ)

Durante o período de Copa, muitas empresas emprestam a credibilidade e o prestígio dos jogadores de futebol. Gastaldo (2002) define este processo como a justaposição do “ídolo” ao produto, ajudando a vendê-lo pela “magia do contato” com o consumidor. Para as empresas, melhor ainda se esses jogadores forem titulares da Seleção Brasileira ou ex-jogadores consagrados. Por outro lado, outros ex-jogadores emprestam sua credibilidade aos veículos que transmitem o evento, como comentaristas das partidas do Mundial. A demanda é mútua; da mídia, pois há um grande número de jogos em um curto espaço de tempo (precisa de profissionais), e dos ex-profissionais, que por vezes têm dificuldade em encontrar novos empregos pela falta de formação escolar e habilidades “extra-campo”.

Desta forma, a popularidade dos jogadores é diretamente afetada pela mídia. A empatia é um recurso freqüente nas propagandas, principalmente as que procuram dar ao seu produto uma identidade brasileira; mesmo empresas multinacionais. Geralmente utilizam histórias comoventes de profissionais com origem modesta, que “subiram” na vida através do futebol.

Coincidentemente o sujeito da pesquisa demonstrou maior identificação com jogadores que protagonizavam várias das propagandas do período de Copa do Mundo, ou então eram garotos-propaganda de marcas e produtos relacionados ao consumo direto ou indireto aos momentos do evento, como aparelhos de televisão, camisas, materiais esportivo, etc. Abaixo, algumas das manifestações sobre jogadores:

*“Robinho é o jogador da Copa“.*

*“Esse aí eu gosto, é o Dibier, Didier?”.*

Em algumas ocasiões, as reações foram relacionadas ao jogador e a momentos pontuais do jogo:

*“Falta um gol do Robinho pra eu ficar feliz de verdade”*

Em outras oportunidades, ele demonstra um conhecimento prévio da personalidade do jogador, tão apropriada pela indústria da propaganda:

*“Pro Kaká ficar puto, é porque está muita sacanagem”.*

No caso, Kaká é conhecido como um jogador leal, e foi expulso após trombar com um jogador da Costa do Marfim, que caiu no chão como se tivesse sido agredido. A imagem de craque e “camisa 10” do atleta brasileiro contribuiu para aumentar a indignação do sujeito. Por outro lado, ele desprezou alguns jogadores de forma veemente:

*“Não gosto do Lúcio. Odeio a imagem dele, sabe, a cara dele.”.*

Curiosamente, Lúcio era o líder do time, o capitão, mas isso não parecia tornar sua personalidade mais agradável para Eliéber, que se manifestou de forma similar em outras ocasiões. Agora, discutiremos os resultados obtidos na família e no bar.

#### **5.4.1 Família**

Estatisticamente, todas as categorias apresentaram mais resultados no segundo jogo. Apesar do maior nível de atenção do indivíduo à transmissão do primeiro jogo, acreditamos que o placar apertado (2 a 1), a caracterização da seleção coreana como frágil, e a inibição do sujeito no ambiente familiar tornaram os comentários esparsos e genéricos, quase como xingamentos de “torcedor de arquibancada” (o que não é demérito, mas também não era objetivo de análise pela pesquisa). Os consideramos como improdutivos, pois foram comentários acerca do resultado e do futebol ruim apresentado por uma seleção acostumada a vencer facilmente. Gastaldo (2002) afirma que esse costume é atribuído não somente aos resultados, mas a publicidade e opiniões dos profissionais antes das partidas, sempre reforçando a necessidade da “aniquilação” dos oponentes, como uma espécie de “canibalismo simbólico”.

### 5.4.2 Amigos e bar

Se as reações do tipo **(IJ/MJ)** apresentadas nos jogos 1, 3 e 4 fossem somadas, não chegariam ao número de comentários observados no jogo 2. Esta situação é explicada pelo placar do jogo, que chegou aos 3 a 0 para o Brasil, pelo menos por alguns minutos. Isso gerou tranquilidade e liberdade para o indivíduo, resultando em reações constantes. Determinante para essa tranquilidade foi a presença dos amigos do sujeito, que, como grupo, demonstraram maior afinidade de opiniões quando comparados à família. Ressalta-se que este grupo de amigos foi formado durante o ensino médio do participante. Mesmo com a desinibição diante dos amigos, o sujeito apresentou alguns momentos de insegurança na hora de comentar algo sobre o jogo, mas até brincou:

*“Ele vai tirar o Neymar (...). Olha, ninguém me corrigiu”.*

Neste momento, ele esperava ser corrigido por algum amigo, já que Neymar não fora convocado para integrar a Seleção Brasileira de futebol na Copa do Mundo 2010. Acostumado a correções em suas afirmações sobre futebol, o sujeito mostrou estranhamento por não sofrê-las tanto quanto no ambiente familiar. O grupo de amigos preferiu não reprimir as manifestações. Esse pequeno fato causou uma grande abertura para que o sujeito desse suas opiniões sobre o jogo, não apenas em relação ao momento, mas á aspectos técnicos do futebol, o que não ocorreu no ambiente familiar. Por fim, os aspectos intermediação.

### 5.5 – Aspectos Intermediação (AIM)

Para Signates (2006), a mediação situacional transcende o momento do contato direto com a TV, e procede de lugares específicos (escola, bairro, família). Entendemos que a produção de sentido sofre uma ação contrária ao que seria o natural do indivíduo. Como lugar de mediação, cada ambiente pode apresentar “zonas de repressão” situacional. Empiricamente, constatamos que a família serviu como repressão a manifestação do sujeito acerca do futebol. No grupo de amigos, há o estímulo para expressão de comentários ligados ao esporte, mas por outro lado, a religião (evangélica) foi um tema que

entrou nesta zona de desconforto. O grupo evita o assunto, igualmente reprimindo uma parte da personalidade de Eliéber.

Para explicar como funcionam os grupos dentro do conceito de mediação, Signates (2006) indica um complemento para o conceito: o de comunidades interpretativas, que seriam a combinação de várias comunidades; sujeitos unidos em um conjunto de práticas comunicativas particulares. Aliadas, elas dariam a completude intelectual e emocional ao sujeito. Ainda sobre este conceito, o autor um dos tipos de comunidade que compõe a anterior; a televidente. Ela teria a função de significar a interação TV-audiência. O autor ressalta que a família geralmente é a comunidade televidente mais assídua, mas não é necessariamente a comunidade interpretativa dos indivíduos, o que foi observado no nosso estudo de campo.

Neste estudo apresentamos apenas aspectos intermediação em relação às opiniões do indivíduo, mas outras pesquisas poderiam observar até mais atitudes que o sujeito desenvolve de forma diferente em cada espaço. Não tratamos aqui de uma análise de comportamento, ou mesmo psicológica, mas sim de processos que foram modelando suas práticas comunicativas, ou seja, como a recepção modificou seu cotidiano, seu agir intelectual e suas experiências culturais. O que se viu foi a “roda de amigos” como um ambiente privilegiado, uma comunidade televidente que associava mais da personalidade e da naturalidade do indivíduo ao grupo. Em conversas fora das gravações, pudemos constatar essa afirmação através do número de comentários que faziam referencia a situação. O sujeito ainda nos revelou que em seu ambiente de trabalho, sua opção religiosa também é reprimida, mostrando como funciona na prática, o conceito das comunidades interpretativas; no caso, em uma função modeladora e repressora.

## 6 Considerações Finais

Apesar das poucas pesquisas em esporte e recepção, acreditamos ter atingido os objetivos deste estudo; estudar as mediações durante a recepção midiática da Copa do Mundo 2010. A decisão pelo uso de apenas uma pessoa, “alheia” ao mundo dos comentários futebolísticos se mostrou correta, visto que mesmo essa pessoa deu muitas opiniões acerca do momento de jogo, algo que não buscávamos como objetivo principal.

Baseados na ideia da pesquisa pura e da pesquisa social empírica de Campomar, definimos as etapas da pesquisa. A partir da entrevista despadronizada, pudemos constituir um perfil do sujeito em relação ao esporte, saber seus gostos, costumes, formação e a influência de sua família em seu cotidiano. Depois, nos propusemos a filmar a recepção dos jogos do Brasil na Copa do Mundo 2010 em um modelo de observação participante, só que em grupos diferentes; o sujeito com a família, os amigos e em um bar.

Neste último local, o sujeito foi sozinho para facilitar nossas análises em relação a mediação situacional. A partir disso, construímos uma tabela separando as manifestações verbais do indivíduo em sete tipos: Ligação com o esporte (LE), Transmissão da Mídia (TM), Publicidade e Consumo (PC), Experiências Anteriores (EA), Identificação com jogadores (IJ), Momento do Jogo (MJ) e por último os Aspectos Intermediação (AIM). A última categoria serviu para compararmos os acontecimentos de acordo com o lugar de mediação, apontando as adaptações que estes espaços provocaram no comportamento individual e na apropriação da mensagem. Assim, pudemos ver como cada mediação teve seu jeito próprio de entendimento, e um caminho para observação.

A delimitação conceitual desta modalidade de pesquisa é recente. O que pudemos constatar através de dados empíricos (filmagens, entrevista, conversas) é que a influência das mediações é indissociável a recepção, porém, subjetiva. Não afirmamos que tudo é mediação, pois é a mesma coisa que dizer que nada o é, concordando com o pensamento de Signates. A partir da divisão em categorias, tudo ficou mais claro, e pudemos enxergar como o lugar de mediação influenciou no comportamento afetivo e intelectual do sujeito, e como se deram as trocas entre o ambiente e o ser, a partir de uma análise que focasse percepções individuais e coletivas.

Na mediação vídeo tecnológica nos baseamos em pesquisas de Gastaldo para apontar referências da mídia ao consumo, por ser um tema quase intrínseco a transmissão, com as peculiaridades da Copa do Mundo – uma crítica antiga para uma situação

que tende a perdurar por muito tempo. A relação entre mídia e publicidade é crescente, e, na prática, a associação é feita de forma suave. Para tratar da mediação individual, utilizamos a correlação entre entrevista e observações, aliando-as a recepção. Por fim, as mediações situacionais e as institucionais exigiram a comparação sistemática dos lugares em que a recepção aconteceu. A ligação com o conceito de comunidade interpretativa nos ajudou a decifrar dados dos aspectos intermediação; os problemas do indivíduo com a expressão da religião e sua ligação com o esporte foram o foco de nossa atenção, e assim percebemos como a família se constituiu como comunidade televidente, e depois, como os amigos influíram através da sua constituição como comunidade interpretativa, ou seja, é nesse ambiente que o sujeito busca compreender a mensagem midiática.

É inevitável que a atuação das mediações nos diferentes espaços de recepção e a observação da influência do coletivo na formação da personalidade perpassem pela subjetividade. Lopes acredita que, em conjunto com a Psicologia, é possível concretizar a construção teórica que fundamente uma metodologia mais completa para estudar esta subjetividade, e enumera um eixo triplo de problemas:

- Mapeamento de interfaces conceituais entre a noção de subjetividade e a de mediação.
- Identificação de categorias psicológicas, que permitam pensar a mediação na recepção.
- Análise explicativa de nexos existentes entre o estudo de processos subjetivos e o estudo da comunicação, com base em dados empíricos. (2002, p.182)

Assim podemos ter uma idéia das dificuldades encontradas em um estudo que, apesar de quantificar os comentários como dados numéricos concretos, também os “mergulha” em abstração. Apesar disso, acreditamos ter cumprido nossos objetivos, relacionando as mediações à entrevista e as observações da complexa rede de relações que forma a recepção televisiva. Sabemos que “o pioneirismo dessa etapa pode servir de lastro para a crítica e a autocrítica, tão salutar para o desenvolvimento do conhecimento na área” (JACKS, 2010, p.28).

Além da autocrítica, cremos que com o desenvolvimento de uma união conceitual (subjetividade e recepção) e temática (Psicologia e mediações), podemos superar confusões antigas e estabelecer novos padrões para os Estudos de Recepção.

## Referências

- BACCEGA, M. A. **Recepção: nova perspectiva nos estudos de Comunicação.** Comunicação & Educação, São Paulo, v. VI, n. 12, p. 7-16, 1998.
- BAPTISTA, M. L. C. **A subjetividade nos estudos de recepção.** IV Encontro Ibero americano de Ciências da Comunicação, GT – Estudos de Recepção, Santos, set/1997.
- BETTI, M. **Esporte na mídia ou esporte da mídia?** . Motrivivência, Florianópolis, v. 17, p. 107-111, 2002.
- \_\_\_\_\_, et al. **Análise da produção do grupo de trabalho temático “Educação Física, Comunicação e Mídia” do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte no período 1997-2003.** Florianópolis: PPGEF/UFSC, 2005. Disponível em <[www.nepef.ufsc.br/labomidia](http://www.nepef.ufsc.br/labomidia)>; acesso em 01/10/2011.
- BORELLI, V. . **Cobertura midiática de acontecimentos esportivos: uma breve revisão de estudos.** In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2001, Campo Grande. Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2001.
- BONINI, A. **Veículo de comunicação e gênero textual: noções conflitantes.** DELTA, São Paulo, v. 19, n. 1, p. 65-89, 2003.
- CAMPOMAR, M. C. **Do uso de estudo de caso em pesquisas para dissertações e teses em administração.** Revista de Administração (FEA-USP), São Paulo, v. 26, n. 3, p. 95-97, 1991.
- \_\_\_\_\_. **Pesquisa de Marketing - Um auxílio à decisão.** Revista Briefing, São Paulo, v. 4, n. 43, p. 20-22, 1982.
- DAMO, A. **Produção e consumo de megaeventos esportivos - apontamentos em perspectiva antropológica.** Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo. Impresso), v. 8, p. 67-92, 2011.
- DORNELES, L.B. **Revisitando o modelo das múltiplas mediações.** Anais do 26º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte-MG, setembro de 2003. São Paulo: Intercom, 2003. [cd-rom]
- FERES NETO, A. **A virtualização do esporte e suas novas vivências eletrônicas.** Revista Brasileira de Ciências do Esporte, Brasília, n. 21, p. 373-379, 1999.

GASTALDO, E. L. **Pátria, chuteiras e propaganda: o brasileiro na publicidade da copa do mundo**. São Paulo São Leopoldo/RS Annablume : Unisinos. 2002.

\_\_\_\_\_. **Copa do Mundo no Brasil: a dimensão histórica de um produto midiático**. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, n. 41, p. 115-133, 1o. sem. 2004.

\_\_\_\_\_. **A recepção coletiva de futebol midiático: apontamentos etnográficos**. In: XIV Compós, 2005, Niterói, RJ. CD-ROM da XIV Compós, 2005.

\_\_\_\_\_. **“O país do futebol” mediático: mídia e Copa do Mundo no Brasil**. Sociologias, Porto Alegre, ano 11, nº 22, jul./dez. 2009, p. 352-369.

GOMES, P. G. **Recepção: um debate necessário**. Síntese Nova Fase, v. XIV, n. 76, p. 101-113, 1997.

JACKS, N. A. **Tendências latino-americanas nos estudos da recepção** -Revista FAMECOS, Porto Alegre, n.5, dezembro 1996

\_\_\_\_\_. **Querência - Cultura Regional como Mediação Simbólica. Um estudo de recepção**. 1. Ed.. Porto Alegre: Editora da Universidade, 1999. v. 1.

\_\_\_\_\_. **Repensando os estudos de recepção: dois mapas para orientar o debate**. Ilha. Revista de Antropologia (Florianópolis), v. 10, p. 17-35, 2010.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de Andrade. **Metodologia do trabalho científico, procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2001. 219 p.

LOPES, M. I. V. de; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. da Rocha. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.

MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones – comunicación, cultura y hegemonía**, México: G. Gili, 1987.

MARTINELLI, D. O. **A violência relacionada ao futebol: uma análise sobre as torcidas organizadas e seus integrantes**. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)-Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.

NICOLESCU, B.. **The transdisciplinary evolution of the university condition for sustainable development**. Conferência no Congresso Internacional "A Responsabilidade da Universidade para com a Sociedade", International Association of Universities, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand, de 12 a 14 de novembro de 1997. Disponível



em: <<http://basarab.nicolescu.perso.sfr.fr/ciret/bulletin/b12/b12c8.htm>>. Acesso em: 28 mai. 2010.

OROZCO, G. **La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva.** DIA- LOGOS de la comunicación, Lima, Perú, Felafacs, n. 30, jun./1991, p. 54-63.

\_\_\_\_\_. **Hacia una Dialectica de la Recepción Televisiva: La estructuración de Estrategias por los Televidentes** - Texto – 1996.

PAULINO, R. A. F. **Comunicação e trabalho – estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação.** 1. ed. São Paulo - SP: ANITA/FAPESP, 2001. v. 1.

PIRES, G. L. **A pesquisa em educação física e mídia nas ciências do esporte: um possível estado atual da arte.** Movimento (Porto Alegre), Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 09-22, 2003.

RIBEIRO, W. **Entrevista para o site Gazeta Esportiva.net em 21/11/2011.** Disponível em <<http://www.gazetaesportiva.net/noticia/2011/11/sao-paulo/empresario-ve-marketing-capaz-de-manter-lucas-no-tricolor-ate-2014.html>>. Acesso em: 21 nov./2011.

SHANNON, C. E.; WEAVER, W. 1949. **The mathematical theory of communication.** Urbana: The University of Illinois Press, 1964.

SIGNATES, L. Estudo sobre o conceito de mediação e sua validade como categoria de análise para os estudos de comunicação. In: Mauro Wilton de Sousa. (Org.). **Recepção Mediática e Espaço Público: Novos Olhares.** 01 ed. São Paulo: Sepac/Paulinas, 2006, v. , p. 55-79.

WHITE, R. **Recepção: a abordagem dos Estudos Culturais.** Comunicação & Educação, Brasil, v. 4, n. 12, 2008.

WOTTRICH, L. H.; SILVA, R. C. da; RONSINI, V. V. M.. **A Perspectiva das Mediações de Jesús Martín-Barbero no Estudo de Recepção da Telenovela.** Trabalho apresentado no NP Ficção Seriada do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

## Anexo

### Entrevista *Despradronizada* com Eliéber Freitas

**Pergunta 1** – *Queria saber um pouco da sua história de vida e os lugares em que você morou até este ano (2010).*

**Resposta:** Eu nasci em São Paulo(capital), sou paulistano, mas não sei direito em qual zona, sul ou leste. Vivi lá até os 8 anos de idade. Vim para Santa Bárbara d’Oeste em 1998. Meu pai havia se aposentado e achava que aonde nos morávamos em SP era muito perigoso, e ele tinha este terreno aqui em SBO há muito tempo. Ele resolveu construir aqui e a gente mudou. Daí, morei aqui de 98 a 2006, pois depois fui fazer faculdade, estudei aqui e fiz a maior parte dos meus amigos no ensino médio, no colégio Politec. Decidi estudar Relações Internacionais, só que não estudei o suficiente pra tanto, e no meio do ano de cursinho passei em secretariado executivo trilingue em Maringá. De inicio apenas havia sido treineiro e acabei passando, resolvi fazer o curso mesmo. Mudei-me pra lá (Maringá) em 2006 e fiquei até o ano passado (2009). Dentro desse tempo aprendi muita coisa, trabalhei bastante em uma organização (AIESEC) lá e pude conhecer vários lugares do Brasil. Fui pra Florianópolis, Curitiba, fiz conferencias em SP e uma conferencia Internacional, que achei super importante pro meu aprendizado de vida e morei no Chile por uns dois meses, onde também fiz uma conferencia e lá tive essa oportunidade de ter uma vivencia internacional. Esse ano comecei a trabalhar com ensino de línguas.

**Pergunta 2** – *Gostaria que você traçasse um histórico da sua vida em relação ao esporte. À prática, primeiro e depois a assistir aos esportes que você gosta e que lhe chamam a atenção.*

**Resposta:** Primeiro sobre a pratica, acho que é bem curta e simples (rs).Eu nunca fui uma pessoa que gostou muito de esportes. Eu sou muito ruim em qualquer esporte. Então na minha infância assim que eu lembre e que tinha muito esporte, nada quase. EF no colégio, que eu nunca gostava de jogar futebol, e ficava dando a idéia do professor dar mais queimada e tal e daí a gente jogava, mas futebol mesmo era horrível. Brincava um pouco de correr na rua, que acho ser o mais esporte que eu fazia e acho que a experiência mais marcante que tive com esporte foi treinar atletismo por um ano. Eu era aquele atleta mediano, o esforçado como todos falavam, pois eu me esforçava muito pra atingir os resultados e acho que acabei melhorando durante esse ano mas não era um promissor não.

#### **2.1 - Como você chegou ao atletismo?**

Eu lembro de um amigo que falou desse grupo de atletas em Americana e me chamou pra gente dar uma olhada pois ele queria participar. Falei que iria acompanhá-lo e fazer o teste com ele. Entramos na escolinha de atletismo e ele acabou saindo, mesmo sendo muito bom,

muito rápido e se continuasse acho que teria uma boa carreira, mesmo com esporte amador e eu continuei, e minha irmã começou a fazer com a gente mas eu era quem mais tinha um seguimento, treinava todos os dias, quando eram três dias por semana e lembro quando passou a ser 5 dias, quando eu ia e treinava toda tarde. Acho que eu era bastante esforçado mesmo.

## ***2.2 – Quais esportes você acompanha efetivamente através da mídia?***

Eu sempre gostei de vôlei. Eu sempre assisti, não nos últimos anos, mas desde que comecei a entender mais o esporte sempre achei o vôlei bacana e interessante sempre assistindo campeonatos mundiais e algumas vezes eu lembro vagamente de assistir algumas finais da Copa do Mundo (Futebol), também me lembro de assistir automobilismo, e claro que acho que foi marcante pra qualquer pessoa quando Ayrton Senna morreu, então eu tenho essas poucas memórias de esporte, Ayrton Senna, o Brasil em 98 na final contra a França e etc.

## ***Pergunta 3 –Gostaria de saber qual sua profissão atual e formação acadêmica***

Eu me formei em secretariado executivo trilingue. Hoje eu não trabalho na mesma área em que fiz meus estudos, com o que eu me formei, você pode acabar seguindo outras linhas: ou área administrativa ou educacional. Trabalho na segunda, em uma escola de idiomas, privada. O que eu gostaria mesmo de fazer é trabalhar na parte administrativa e ter uma experiência para saber o que fazer, já que como recém-graduado, ainda estou meio perdido no mercado de trabalho. Eu tenho objetivo de viajar para fora do país para descobrir mais sobre meu perfil profissional, mas atualmente trabalho com o ensino de idiomas.

### ***3.1 - Em relação a sua formação: como você foi levado a organização de intercâmbio(OI) estudantil e qual sua relação com as pessoas dentro da organização.***

Acredito que o meu perfil tenha me levado a OI. Sou uma pessoa que gosta de se comunicar bastante e a OI sempre foi muito dinâmica, então quando entrei na faculdade, esta coisa multicultural, de aprender bastante coisa diferente e poder trabalhar com pessoas diferentes, de outros cursos, me chamou muito a atenção, e o ponto principal foi essa “internacionalidade” da organização. Então me identifiquei muito com todos, e na OI a gente acaba desenvolvendo relações muito boas, e o a linha acaba ficando muito tênue, mesmo sendo muito profissionais e sempre entregando os resultados. Hoje, a maioria dos meus amigos pessoais eu conheci na OI.

### ***3.2 – Você acha que fez muitos amigos nesta organização pela identificação com o grupo? No ensino médio você conheceu pessoas muito diferentes, e que talvez não se identificassem com as vontades que você tem, certo?***

Na OI, todos trabalhavam pelo bem da organização, mas também tinham perfis muito diferentes, e lá não existe perfil específico, apenas pessoas comunicativas e leais, que selecionam perfis diferentes, e que você aprende a respeitar dentro da organização.

***Pergunta 4 –Gostaria que falasse um pouco do seu convívio familiar, separando da maneira que achar mais interessante, as influencias de sua família em seu dia a dia.***

Importante citar que minha família é evangélica, desde quando nasci, aprendi a ir a igreja com meus pais, e por isso nos diferenciamos bastante. Nunca fomos tão ligados ao esporte. Meu pai sempre gostou, mas apesar disso nunca nos influenciou muito a fazer algum esporte. Sei que em outras famílias isto é mais importante. Minha irmã sempre foi mais ligada ao esporte que eu. Em sua adolescência chegou a jogar em alguns times, e quando estávamos para mudar para SBO ela foi convidada para jogar na seleção feminina de futebol de São Paulo, mas como nos mudamos ela não pode aceitar. A relação com minha família é boa, e era mais forte quando vivia em casa. Mas quando você sai da casa dos seus pais para morar fora você acaba vivendo um distanciamento bom, importante como formação e construção de personalidade, pois é a primeira vez que você mora fora, descobrindo seus gostos e seus objetivos, e não o que achava que era. Nos últimos anos nos distanciamos, mas com minha volta pra casa, a gente restabeleceu a relação antiga, de maneira diferente.

***4.1 - Como é a relação dos Freitini com a Copa do Mundo?***

Acho que isso é bem simples também, porque nunca tivemos uma relação muito forte com a Copa do Mundo, muito primeiramente pelo fato de sermos evangélicos. Lembro que quando morávamos em SP ainda a igreja tinha regras muito rígidas, e não se podia ter televisão, um ponto importante, já que a televisão era um meio de comunicação muito importante, nos deixando fora de questões esportivas. Depois mudamos pra cá e compramos nosso aparelho de TV, e por isso, nunca tivemos um vínculo muito forte com as Copas. Meu pai gosta de futebol e assiste qualquer jogo, mas não é aquele torcedor fanático, mesmo pela seleção brasileira. É um apreciador, somente isso. Minha mãe não gosta de futebol, de esporte, inclusive. Eu acho esporte bacana, sendo aquele típico torcedor de Copa do Mundo. Gosto de assistir pra perceber os perfis dos jogadores de diferentes países, mas nada mais.

***4.2 - Essa relação maior que você tem com as Copas, demonstra a vontade de se “internacionalizar”, essa busca do aprendizado de culturas estrangeiras?***

Acho que sim, pois depois de ter conhecido muitas pessoas de fora do país, de vários lugares, você acaba tendo a vontade de conhecer os países dos seus amigos, e a Copa é um espaço muito recorrente. Hoje, gosto mais, porque é um momento a mais pra poder conversar com esses meus amigos que não tenho tanta ou nenhuma convivência. Acaba por ser um meio de interagir e brincar com esses amigos. Os mais fanáticos são os que mais gosto de mexer!(rs)

***Pergunta 5 – Gostaria que você desse sua opinião sobre a Copa 2010, subdividindo a resposta em dois aspectos do evento: econômico e impacto social.***

**Resposta:** Eu não pesquisei sobre o assunto. Tudo o que sabemos é o que passa na televisão e também na internet. Falando genericamente, acredito que uma Copa do Mundo traz um benefício muito grande pro *host*, pra qualquer país que a sedie. Por que todo mundo sabe que

acaba sendo o foco, uma Copa é um evento internacional, o maior de esporte internacional. No primeiro momento, os benefícios vêm através do turismo. As pessoas que vem pra assistir os jogos. Depois depende de como o país lida com a situação. Na África do Sul eu tenho uma amiga que morou lá, no ano passado nos encontramos e ela disse não saber como o governo ia trabalhar com isso lá, pois o país como um todo era muito violento, muitos assaltos, mas isso não estava passando na televisão. O governo do país parecia trabalhar muito bem. Em relação a economia, vai ser ótima pra África do Sul, que é um dos países mais ricos do continente, maior desenvolvimento. Acho muito importante falar do Apartheid (divisão racial), pois esse evento internacional, sendo um evento com todas as raças, todas as culturas, deve ser muito importante pro país, pois mesmo o Apartheid tendo acabado, ainda sim existem resquícios dessa divisão, e acho que hoje vai dar uma melhorada nisso e ajudar o país a crescer muito mais. Como país africano, é difícil demais, eles tem problemas em educação e financeiros maiores que os nossos.

***5.1 - Gostaria de saber quais países que você torcerá na Copa do Mundo 2010. Dê de três a cinco opções.***

Primeiro, o Brasil, lógico. Nem precisa de motivo. Já o segundo país, eu fico muito em dúvida, pois eu gosto de vários. Eu colocaria a França, por ter estudado bastante na faculdade, a língua e tudo mais. Tenho um pouco de rixa pela Copa de 98, um pouco de raiva da França, mais ainda assim eu colocaria, em terceiro lugar. Em terceiro, torceria pela Itália, pois acho que simpatizo com eles.