

MÍDIA, ESPORTE E GÊNERO: REPRESENTAÇÕES DE UMA AMOSTRA DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS

Luiz Gustavo Bonatto RUFINO, Bruna Fracalanza de OLIVEIRA, Caroline SANCHES, Gabriel Katayama PASSINI, Guilherme Oleinik de MELLO, Jéssica Priscila TESSARO, Stefani de Oliveira SILVA, Thiago Padovan MACEDO.

Instituto de Biociências – UNESP, Rio Claro, São Paulo, Brasil.

gurufino@rc.unesp.br

Introdução: O conceito de gênero pode ser compreendido como as expectativas que os grupos sociais atribuem aos homens e mulheres e os papéis que ambos devem desempenhar. É necessário considerar de que formas estas representações são influenciadas pelas mídias que constantemente ditam modelos e concepções de como ser ou agir, influenciando as visões de mundo e a organização das sociedades, sendo que no âmbito da cultura corporal elas tanto informam quanto ditam formas, construindo novos sentidos e modalidades de entretenimento e consumo. Neste contexto, o esporte pode ser interpretado como um aliado da mídia, uma vez que muitas modalidades esportivas mobilizam grande quantidade de audiência e dinheiro, tornando-se importante o estudo das relações entre gênero e esporte, vinculados pelas mídias. **Objetivo:** Analisar as representações de uma amostra de estudantes universitários sobre a relação entre as mídias, os esportes e as concepções de gênero comumente vinculadas. **Metodologia:** O instrumento foi construído contendo questões sobre a relação entre as mídias esportivas, suas implicações para a concepção de gênero e suas interfaces com o fenômeno midiático. Ele foi aplicado em 65 universitários (37 homens e 28 mulheres), média de idade de 20,21 anos ($\pm 0,6$), de diferentes cursos de uma universidade pública estadual do Estado de São Paulo por conveniência, de acordo com a disponibilidade dos alunos que aceitaram participar, selecionados de forma aleatória em diversos locais do campus. A análise dos dados foi realizada de forma descritiva, em porcentagens. Todos os procedimentos éticos foram cumpridos e todos os sujeitos consentiram com a realização do estudo. **Resultados:** De acordo com 63,07% dos participantes não há diferença entre os termos “gênero” e “sexo”, contradizendo com o encontrado na literatura que diferencia estes conceitos, considerando a semântica de gênero como construções culturais e sociais sobre os papéis e identidades subjetivas entre homens e mulheres, enquanto que o conceito de “sexo” costuma ser restrito à esfera biológica relacionada aos homens e mulheres. Com relação aos meios de comunicação, 50% dos participantes afirmaram que eles focam mais os homens do que as mulheres no esporte, ao passo que 35,11% admitiram que as mídias direcionam homens e mulheres para esportes distintos. Do total de participantes, 73,84% admitiram acompanhar eventos esportivos pelas mídias, sendo que 61% afirmaram acompanharem eventos masculinos e femininos, enquanto que 39% admitiram acompanharem somente eventos masculinos. No entanto, a maior parte dos entrevistados (86,15%) reconheceu que a visibilidade das mulheres nos esportes proporcionada pela mídia não é igual a dos homens. Sobre as modalidades esportivas, os participantes elencaram algumas como sendo mais masculinas, como o boxe e o levantamento de peso olímpico e outras mais femininas, como o balé. Finalmente, os participantes elencaram algumas possibilidades para modificar o contexto atual, como o investimento na divulgação de eventos femininos (42%), investimento na prática desportiva feminina (12%) e inserção de mulheres na administração esportiva (5%). **Conclusão:** As concepções sobre gênero são influenciadas pelas mídias que constroem modelos e ideais de representações sociais, muitas vezes destituídos de uma visão crítica acerca das relações de gênero em uma concepção democrática, permeada pela alteridade. É necessário ressignificar determinados padrões vinculados ao esporte nas mídias, para que seja possível a construção de uma concepção mais crítica e permeada por relações de equidade entre homens e mulheres.

Palavras chaves: Gênero. Esporte. Mídia.