

ISCTE  **IUL**
Instituto Universitário de Lisboa

Escola de Sociologia e Políticas Públicas

A Representação da Mulher Desportista nos Media

Cátia Filipa Pires Coelho

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção de grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, no ramo de Media e
Jornalismo

Orientador:

Doutora Joana Fonseca França Azevedo
Professora Auxiliar Convidada - ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Coorientador:

Mestre Miguel Ângelo de Sousa Crespo
Investigador Assistente - CIES-Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2017

(página em branco)



Escola de Sociologia e Políticas Públicas

A Representação da Mulher Desportista nos Media

Cátia Filipa Pires Coelho

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção de grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, no ramo Media e
Jornalismo

Orientador:

Doutora Joana Fonseca França Azevedo
Professora Auxiliar Convidada - ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Coorientador:

Mestre Miguel Ângelo de Sousa Crespo
Investigador Assistente - CIES-Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2017

Resumo

A presente investigação tem o intuito de explorar a representação que os media fazem sobre as mulheres desportistas em Portugal. O princípio da igualdade está presente na Constituição da República Portuguesa e é preciso confrontá-lo com o que se passa realmente nos media e na sociedade em geral.

Neste contexto, optou-se por realizar uma revisão bibliográfica assente nos temas da questão de género, dos media em Portugal e no desporto. Para a pesquisa, examinámos dois sites de informação jornalística desportiva, o Record e O Jogo e aprofundámos o tema com entrevistas a atletas femininas e a jornalistas. O futebol é a grande força do desporto nos noticiários e, por isso, optámos por não abordar esta modalidade, mas sim outras menos mediáticas, a natação, o judo, o atletismo, a canoagem, o ténis, o andebol, os motores, o triatlo, o surf e o ciclismo. O trabalho problematiza assim a representação das mulheres desportistas nos meios de comunicação, tendo como objetivo apresentar soluções para minorar esta questão. De uma forma geral, podemos concluir que, de facto, o desporto feminino e a mulher desportista são um tema com um impacto limitado nos meios de comunicação social. Concluimos que, para além da desigualdade de género, há também uma desigualdade no tratamento da informação das várias modalidades desportivas portuguesas, sendo que os media dão mais destaque ao futebol.

PALAVRAS-CHAVE: Questões de género; Igualdade; Media; Jornalismo Online; Mulher; Desporto.

Abstract

This investigation aims to explore the portrayal of sportswomen in the media in Portugal. Equality is on the Portuguese Constitution and it must also be present on the media and in our society.

Thus, this study will address the gender issues on the Portuguese media and on sports. This research included the study of two sports websites – *Record* and *O Jogo* - and interviews with female athletes and journalists were also made. Since football is the most highlighted sport in the news, it was decided not to include it on this study. Therefore, lesser known sports were the ones chosen for this investigation, such as swimming, judo, athletics, canoeing, tennis, handball, motors, triathlon, surfing and cycling.

Hence, this study contrasts the role of sportswomen in the media and aims to provide solutions to this issue. To conclude, it can be said that these women are undervalued in the mass media communication, that there is no gender equality in sports and, finally, that the different sports mentioned in this dissertation are not reported the same way, resulting in the dominance of football.

KEYWORDS: Gender Issues; Equality; Media; Online Journalism; Woman; Sport.

Índice

Resumo	i
Abstract	ii
Índice	iii
Índice de gráficos	v
Glossário de siglas	vi
1. Introdução	1
2. Revisão da Literatura	3
2.1. Questões de Género em Portugal	3
2.1.1. A Igualdade de Género	3
2.1.2. A Igualdade no Trabalho	6
2.2. Transformações dos Media	10
2.2.1. Os Media em Portugal	10
2.2.2. O Jornalismo Online	14
2.2.3. Media e Género	16
2.4. Desporto	18
2.4.1. O Desporto em Portugal	18
2.4.2. O Jornalismo Desportivo	21
3. Enquadramento Metodológico	24
3.1. Justificação da opção metodológica	24
3.2. Etapas realizadas	24
3.2.1. Entrevistas	25
3.2.2. Análise de Conteúdo: Estudo de Caso “Record” e “O Jogo”	26
3.3. Objetivo e Balanço da Investigação	28
4. Análise dos dados	29
5. Conclusão	38
6. Bibliografia	42
7. Anexos	I

Índice de Figuras

Figura 1 - Número de notícias por género e modalidade – Triatlo/Record	36
Figura 2 - Número de notícias por género e modalidade – Triatlo/O Jogo	36
Figura 3 - Número de notícias por género e modalidade – Atletismo/Record	37
Figura 4 - Número de notícias por género e modalidade – Atletismo/O Jogo	37
Figura 5 - Número de notícias por género e modalidade – Motores/Record	37
Figura 6 - Número de notícias por género e modalidade – Motores/O Jogo	37

Glossário de siglas

CIG - Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género

CITE - Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego

CNFF - Conseil National des Femmes Françaises

CNMP - Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas

CRP - Constituição da República Portuguesa

ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social

EUA – Estados Unidos da América

INE - Instituto Nacional de Estatísticas

SCP - Sporting Clube de Portugal

UE – União Europeia

1. Introdução

A minoria de notícias sobre o desporto feminino e a mulher desportista é uma realidade. Esta investigação pretende desmistificar a invisibilidade que existe nos meios de comunicação social para com as atletas femininas. Há uma disparidade de conteúdos noticiosos entre o desporto masculino (e tudo o que envolve o homem desportista) e entre a mulher e o desporto, não só a comunicação social é a responsável, como também o público ao preferir o futebol e ao defini-lo como “desporto rei”. Apresentamos dados de 2016 que poderão ser relevantes nesta investigação, do Instituto Nacional de Estatísticas (INE), que mostram que em Portugal a população é atualmente de 10 309 573 pessoas, sendo que o número de mulheres é superior ao dos homens, 5 427 117 e 4 882 456, respetivamente¹. Por outro lado, antes de dar início à investigação (sendo que existem mulheres que fazem do desporto uma profissão), importa também saber que em Portugal, segundo o mais recente Relatório sobre o Progresso da Igualdade de Oportunidades entre Mulheres e Homens no Trabalho no Emprego e na Formação Profissional² (2016: 32), em 2015, a população empregada foi estimada em 4 548,7 000 de pessoas, - com 15 e mais anos. Destas, 51,3% homens e 48,7% mulheres, sendo que as mulheres, relativamente ao ano de 2014, aumentaram 1,6%, ou seja, mais 34,4 mil. No caso do sexo oposto houve também um aumento, mais 14,8%. No ano de 2015, a taxa de emprego subiu em todos os grupos etários, exceto o grupo com 65 anos e mais. Porém, “a taxa de mulheres empregadas com o ensino superior mantém a tendência dos últimos anos, crescendo a maior ritmo do que a dos homens” (*Idem*). Salvo algumas exceções, o ser humano nasce com orientação de escolher no que se quer tornar, como pessoa e não só. É por isso que Peter Berger e Thomas Luckmann (2005) defendem que “o indivíduo não nasce membro da sociedade. Nasce com a predisposição para a sociabilidade e torna-se membro da sociedade. Por conseguinte, na vida de cada indivíduo existe uma sequência temporal no curso da qual é induzido a tomar parte na dialética da sociedade”³. A mulher já consegue ter mais liberdade para decidir o que quer ou não quer para a sua vida e é por isso que hoje, o desporto, não é só para os homens, é para todos.

¹ Fonte: Instituto Nacional de Estatística

² CITE, Relatório sobre o Progresso da Igualdade de Oportunidades entre Mulheres e Homens no Trabalho no Emprego e na Formação Profissional 2015. Lisboa. 2016.

³ Berger, Peter e Thomas Luckmann (2005). A construção social da realidade : tratado de sociologia do conhecimento. Tradução de Floriano Fernandes. Petrópolis: Vozes.

Ao longo deste trabalho iremos abordar temas relevantes para a concretização desta investigação. Começamos por falar na igualdade de género e na igualdade no trabalho em Portugal, com base em leis e autores. Posteriormente iremos analisar os media no nosso país, assim como o jornalismo online e o género nos meios de comunicação social. O ponto seguinte irá falar sobre desporto e dar a conhecer as modalidades que são mais praticadas por homens e mulheres e, por fim, iremos comentar a análise dos dados recolhidos nos últimos meses e chegar assim às conclusões finais sobre esta investigação.

2. Revisão da Literatura

2.1. Questões de Género em Portugal

2.1.1. A Igualdade de Género

O artigo 13º da Constituição da República Portuguesa de 1976 declara que perante o princípio da igualdade, “todos os cidadãos têm a mesma dignidade social e são iguais perante a lei”. Para além deste ponto, a Constituição descreve ainda que ninguém pode ser “privilegiado, beneficiado, prejudicado, privado de qualquer direito ou isento de qualquer dever em razão de ascendência, sexo, raça, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social ou orientação sexual”⁴. Perante isto, há que considerar que todos temos os mesmos direitos e deveres.

Lígia Amâncio, no livro *Estudos sobre as Mulheres*⁵, sublinha que ao analisar as representações do género não tem que se distinguir o masculino e o feminino como algo positivo ou negativo (1998: 12). O homem sempre foi visto como um ser mais livre e conhecedor, que está sempre presente em grandes cargos, ao contrário da mulher que é vista como uma pessoa mais “frágil”, mas também mais corajosa. No entanto, os tempos mudam, - as mulheres não têm só o instinto maternal. Há cada vez mais mulheres engenheiras e advogadas, com mais cargos na política e na medicina. Também há mais homens donos de casa. A autora Anne Cova⁶ cita Joan W. Scott⁷, ao definir “género” que foi introduzido nos Estados Unidos da América (EUA) em 1970 como uma “categoria social, cultural, política e histórica” e segundo Joan W. Scott, “o género é um elemento constitutivo das relações sociais fundadas nas diferenças perceptíveis entre os sexos, e o género é uma forma primeira de significar relações de poder” (Anne Cova, 1998, *apud*, Joan W. Scott, 1986: 157). Por outro lado, Gisela Bock⁸ afirma que o género se tornou numa “construção teórica importante, mas este conceito foi

⁴ Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género (2012, p: 47). Igualdade de género em Portugal : 2011. Lisboa, Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género.

⁵ Silva, Maria Beatriz Nizza da e Anne Cova (1998). *Estudos sobre as mulheres*. Lisboa: Universidade Aberta: Coleção de Estudos Pós-Graduados.

⁶ *Idem*

⁷ Joan W. Scott, “Gender: A Useful Category of Historical Analysis”, *American Historical Review*, December 1986.

⁸ Gisela Bock, “Challenging Dichotomies. Perspectives on Women’s History”, in Karen Offen, Ruth Roach Pierson, Jane Rendall (Eds.) *Writing Women’s History. International Perspectives*, Bloomington, Indiana University Press, 1991.

introduzido sob a forma de uma dicotomia sexo/género, que não põe termo à já antiga querela acerca da natureza *versus* cultura, visto que nem sempre é fácil de distinguir, dentro da experiência das mulheres e as suas atividades, o que é «biológico» do que é «social» ou «cultural»” (Anne Cova, 1998, *apud*, Gisela Bock 1991: 158). Igualdade de género é um princípio que também aqui deve estar associado. Citemos, por isso, Manuela Silva que no livro “A Igualdade de Género: caminhos e atalhos para uma sociedade inclusiva”⁹, afirma que a igualdade de género “implica que às mulheres seja conferido poder suficiente de modo a que possuam real capacidade para afirmar na sociedade, em paralelo com os seus pares masculinos, os seus valores específicos e interesses públicos e contribuir, assim, para o desenvolvimento humano e social das sociedades em que vivem” (2002: 16). Porém, aliado ao conceito de igualdade está também o da diferença e ambos poderão ser “usados contra as mulheres”. Anne Cova dá o exemplo, “a reivindicação de igualdade total pode opor-se à ideia progressista de uma licença de parto. Por outro lado, a tónica posta sobre a maternidade é suscetível de ser utilizada a fim de excluir as mulheres da vida pública” (1998: 171). Tal como refere a historiadora portuguesa, esta é uma questão bastante complexa onde não se devem tomar partidos.

Recuando no tempo, o *feminismo* surgiu na França, entre 1870 e 1880, propagando-se a outros países no virar do século (Cova, 1998: 160). “Muitas mulheres rebelaram-se contra a sua condição, lutaram pela sua liberdade e muitas vezes pagaram com as próprias vidas”¹⁰ (Januário, 2013: 29), dando assim início aos movimentos. Segundo a portuguesa Anne Cova, este termo é atribuído em diversos dicionários do século XIX e a Charles Fourier (1772-1837), “por volta de 1830” (1998: 159). Já Lígia Amâncio (1998) referiu a estratégia feminista da igualdade na diferença, “ao entrar numa competição realista, ou seja, numa luta entre os sexos, veio exacerbar a misoginia e a violência contra as mulheres, na medida em que pôs em risco a dominância simbólica do homem duro, sem pôr todavia em causa a conceção dominante de indivíduo” (1998: 13). Anne Cova menciona que em 1882 surgiu a *Ligue française pour le droit des femmes*, por Léon Richer (1824-1911)¹¹ com a finalidade de “obter a igualdade entre os dois sexos” (1998: 161). Mais tarde, em 1901, foi criado um conselho que visava agrupar os

⁹ Silva, Manuela (2002). A igualdade de género : caminhos e atalhos para uma sociedade inclusiva. Lisboa: Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres.

¹⁰ Januário, Soraya Maria Bernardino Barreto, Género e Média: estereótipos das masculinidades na publicidade das revistas masculinas em Portugal. 2013. Tese de doutoramento - Universidade Nova de Lisboa.

¹¹ Léon Richer, “La Question des femmes. Où nous en sommes, Ce qui reste à faire”, Le droit des femmes, 1891.

grupos e obras feministas dominado Conseil National des Femmes Françaises (CNFF). O seu objeto era melhorar a “«condição da mulher do ponto de vista educacional, económico, social, filantrópico ou político», tendo como objetivo reunir todos os grupos «que se ocupam da situação da mulher e da criança», a fim de suscitar um «laço de solidariedade» entre as diversas associações”¹² (Anne Cova, 1998, *apud*, Maria Martin, 1903: 160). A partir deste plano, CNFF, foi fundada uma secção portuguesa, o Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas (CNMP), em 1914, por Adelaide Cabete¹³.

Existe, no entanto, uma luta que devemos referenciar, a luta pela conquista da igualdade de direitos pelas mulheres.

O feminismo começou por ser a expressão da revolta das mulheres face à marginalização e discriminação que caracterizavam, de direito e de facto a sua situação na família, no trabalho, na política e, em geral, na sociedade. Há cem anos, a luta feminista dirigia-se, sobretudo, para a reivindicação de leis que pusessem termo às discriminações do foro jurídico e que assegurassem às mulheres os direitos que lhes eram vedados (direito ao voto, à autonomia na celebração de contratos, à educação, à igualdade de remuneração, etc.) (Silva, 2002: 36).

Os vários movimentos feministas conquistaram diversas vitórias, em diferentes períodos históricos. Importa saber que foi através do discurso feminista que as relações de género “puderam obter relevância no debate académico, já que, através de tal discurso, a problemática do dualismo masculino/feminino tomou uma posição de destaque no âmbito do debate sobre o género” (Januário, 2013: 57). Destaquemos que a Comissão Europeia¹⁴ defende que a igualdade de género constitui um “direito fundamental, um valor comum da União Europeia (UE) e uma condição necessária para a concretização dos objetivos comunitários...” (2008: 11). É nesta dinâmica que Soraya Januário, lembra que depois das questões levantadas pelo feminismo sobre “o que é ser mulher, sobre género, ainda na perspetiva da célebre frase de Simone de Beauvoir, começou-se a compreender que os «homens também se tornam homens»” (2013: 58). Por esta razão, na segunda metade da década de 80, tiveram início estudos e pesquisas focadas nos homens e na masculinidade, “na perspetiva dos estudos de género e tendo como característica principal a rejeição ao modelo tradicional vigente que interpretava a experiência masculina

¹² Silva, Maria Beatriz Nizza da e Anne Cova (1998). Estudos sobre as mulheres. Lisboa: Universidade Aberta: Coleção de Estudos Pós-Graduados.

¹³ Adelaide Cabete: ginecologista e militante pelos direitos das mulheres.

¹⁴ Comissão Europeia. (2008). Manual para a integração da dimensão da igualdade de género nas políticas de emprego. Lisboa: Trilhos da igualdade.

como a norma” (*Idem*). Citemos Cazés (1998)¹⁵, este autor salientou que no início do século XX, foram vários os investigadores que se preocuparam com o estudo do homem, “da virilidade e masculinidade, sendo que algumas feministas se referiam a estes temas como indispensáveis para compreender e empreender a busca da liberdade das mulheres, contra a opressão” (Soraya Januário, 2013, *apud*, Cazés, 1998: 59). O termo da masculinidade começou então por ser também um assunto a ser fortemente discutido, nomeadamente nos EUA. Soraya Januário cita ainda a feminista Zuleika Alambert, onde relembra que na Pré-História nenhum dos géneros se destacava. Nesta altura, “acreditava-se que a mulher tinha uma espécie de poder mágico, o dom da vida; a sua fecundidade permitia a fertilidade” (Soraya Januário, 2013, *apud*, Alambert, 2004: 62). Por mais anos que tenham passado, este tipo de sociedade ainda é reconhecida, “talvez porque os homens, na construção daquilo que entendemos por uma «história da humanidade», desconsideraram os contributos femininos e não se detiveram na pesquisa da sua participação o período histórico em análise” (Soraya Januário, 2013, *apud*, Alambert, 2004, Saffioti, 2004: 62).

Quando o assunto da igualdade de género se debruça no desporto, a masculinidade sobressai e este é o tema abordado mais à frente. Nas nossas entrevistas¹⁶ feitas a mulheres desportistas e a jornalistas, as atletas veem esta disparidade como algo relativo à “história da humanidade” (Francisca Laia, 2017), pois o género masculino é “claramente o género dominante” (*Idem*) ou então com o machismo, “vivemos num país em que a mulher é para estar em casa. Infelizmente, somos ainda muito fechados e machistas” (Soraia Lopes, 2017).

2.1.2 A Igualdade no Trabalho

Foi na década de 1960 que se intensificou a participação das mulheres no mercado de trabalho e, nesta altura, as mulheres trabalhavam pelos valores tradicionais, num contexto familiar, com “base em relações sociais definidas pela dominação masculina”¹⁷ (Ferreira, 2013: 39). Pouco depois, na década de 1970, surgiu internacionalmente a criação de instituições estatais que

¹⁵ Cazés, D. (1998). Metodología de género en los estudios de hombres. Revista de Estudios de Género. La ventana(8), 100-120.

¹⁶ Ver entrevistas em anexo no CD

¹⁷ Ferreira, Virgínia e Rosa Monteiro (2013). Trabalho, igualdade e dialogo social : estratégias e desafios de um percurso. Lisboa: CITE - Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego: Estudos.

analisavam e promoviam “a situação das mulheres, combatendo as discriminações e desigualdades em razão do sexo” (*Idem*).

Foi então entre os anos 70 e 80 que, em Portugal, se criaram dois organismos estatais: a Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género (CIG) e a Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE)¹⁸, (*Idem*). A CIG tem como objetivo a promoção e defesa da igualdade entre homem e mulher, combater a violência doméstica e de género e o tráfico de seres humanos¹⁹. Por sua vez, a CITE luta pela igualdade entre os dois géneros no mundo do trabalho. Para além da não discriminação entre homens e mulheres no trabalho, na formação profissional e no emprego, a CITE luta ainda pela proteção na parentalidade e pela conjugação da vida profissional, pessoal e familiar²⁰. Este último mecanismo, no seu site oficial, descreve as boas práticas de igualdade de género, no trabalho e no emprego. Entre elas encontramos algumas medidas e normas a adotar, como é o exemplo da promoção de uma “representação mais equilibrada de homens e mulheres nas diversas categorias profissionais” e a adoção de medidas que “reduzam na organização as disparidades salariais entre mulheres e homens”²¹. Para além disto, a CITE integra ainda o Comité Consultivo para a Igualdade de Oportunidades entre Mulheres e Homens da Comissão Europeia, criado em 1981²².

Voltemos ao tópico inicial, a autora Manuela Silva recorda que a Revolução Industrial e a necessidade de recurso à mão de obra feminina deu a “primeira machadada na conceção masculina do estado moderno” (2002: 17). Esta autora acrescenta que a permissão das mulheres ao mundo do trabalho na indústria “abria caminho à necessidade de educação e qualificação profissional; mais tarde, viria a surgir a necessidade da participação das mulheres na luta sindical e demais intervenções na esfera pública” (*Idem*). Posto isto, observamos que um dos principais desafios para a UE é o “aumento da taxa de emprego feminino, na melhoria da situação das mulheres no mercado de trabalho e na eliminação das disparidades de género”²³. No entanto, em Portugal e com dados relativos a 2003-2006, o Plano Nacional para a Igualdade²⁴ afirma que apesar da taxa de participação das mulheres no emprego apresentar um

¹⁸ Criada em 1979, através do Decreto-Lei nº 392/79, de 20 de setembro

¹⁹ CIG, Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género. Disponível em: <<https://www.cig.gov.pt/>>

²⁰ CITE, Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego. Disponível em: <<http://cite.gov.pt/>>

²¹ *Idem*

²² Comité Consultivo para a Igualdade de Oportunidades entre Mulheres e Homens da Comissão Europeia, criado pela Decisão da Comissão 82/43/EEC.

²³ Comissão Europeia. (2008). Manual para a integração da dimensão da igualdade de género nas políticas de emprego. Lisboa: Trilhos da igualdade.

²⁴ Portugal. Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres (2004) Plano Nacional para a Igualdade 2003-2006. Lisboa: Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres

dos valores mais elevados da EU, com 61,3%, “as mulheres continuam a enfrentar dificuldades no acesso ao emprego com reflexos, nomeadamente, na taxa de desemprego”. Ora, a igualdade de género não atinge o seu objetivo se não existir, desde logo, uma igualdade de remunerações e de oportunidades, “na prática, as perspetivas para a redução das disparidades salariais entre homens e mulheres estão intimamente associadas às questões de segregação e da continuidade das carreiras”²⁵.

Lembremos o artigo 47º da Constituição da República Portuguesa (CRP) de 1976 intitulado por “Liberdade de Escolha de Profissão e Acesso à Função Pública”: “todos têm direito de escolher livremente a profissão ou o género de trabalho, salvas restrições legais impostas pelo interesse coletivo ou inerentes à sua própria capacidade”, e “todos os cidadãos têm o direito de acesso à função pública, em condições de igualdade e liberdade, em regra por via de concurso”²⁶. No nosso país, a maior parte das mulheres trabalha a tempo inteiro, no entanto, “o modelo social dominante continua a atribuir às mulheres a principal responsabilidade pelos cuidados e pelo trabalho prestados no âmbito da família, e aos homens a principal responsabilidade pelo trabalho profissional”²⁷.

Como explica Manuela Silva (2002), desde cedo as mulheres começaram a lidar com a discriminação, não só no trabalho como também na sociedade. Perante isto, de há um século e até aos dias de hoje, surgiram, em vários países, movimentos feministas em defesa dos seus direitos. Hoje, estes movimentos começam a notar-se em vários setores, na educação, na formação ou na profissão, são visíveis as diversas presenças femininas, que há um século não se verificavam.

Não obstante estes progressos inquestionáveis, subsistem, no entanto, nas práticas sociais correntes, ainda, grandes áreas de discriminação que importa não silenciar ou subestimar. Estas decorrem, fundamentalmente, da tirania dos preconceitos que continuam a pesar negativamente sobre as mulheres e do próprio modo (masculino) como a atividade humana e as relações sociais estão organizadas, o qual constitui só por si uma espécie de crivo “natural” excludente para as mulheres (Silva, 2002: 18)

No entanto, o Plano Nacional para a Igualdade lembra que a qualidade de emprego é inferior à dos homens, no que diz respeito à precariedade do emprego e na desigualdade salarial. “As

²⁵ Comissão Europeia. (2008). Manual para a integração da dimensão da igualdade de género nas políticas de emprego. Lisboa: Trilhos da igualdade

²⁶ Citado em: A igualdade de género em Portugal, (2007: p. 49) Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género, Lisboa 7

²⁷ *Idem*

razões destas desigualdades são complexas, e assentam fundamentalmente na segregação horizontal e vertical do mercado de trabalho, e no exercício dos direitos inerentes à maternidade e à conciliação entre a vida familiar e profissional”, sendo que as mulheres são “maioritárias nos níveis de qualificação menos elevados e nos sectores de atividade com mais baixos salários” (Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres, 2004: 15). No entanto, este plano esclarece que existem alguns motivos decisivos para estas desigualdades existirem, entre as quais a gravidez, a licença de maternidade, as dispensas para amamentação e aleitação, e a menor disponibilidade para o cumprimento de certos horários, por causa das responsabilidades familiares, são algumas delas. Como exemplo disso, este mesmo plano refere que não há muito tempo, cerca de 20 anos atrás, as mulheres interrompiam a profissão em prol dos filhos. Agora, a maioria regressa ao trabalho logo após o término da licença de maternidade (*Idem*).

Falemos de números, em média, as mulheres representam 30% dos empresários da UE e “enfrentam, por vezes, maiores dificuldades do que os homens na criação de uma empresa e no acesso a financiamento e formação” (Comissão Europeia, 2006: 4)²⁸. O roteiro para a igualdade entre homens e mulheres afirma que há a necessidade de aplicar com “maior determinação” as “recomendações constantes do plano de acção para o espírito empresarial na UE, que preconizam um aumento do número de empresas criadas por mulheres através de um acesso mais facilitado ao financiamento e do desenvolvimento de redes empresariais” (*Idem*). Lembremos, por outro lado, que a educação, a cultura e a formação transmitem estereótipos de género.

Mulheres e homens seguem, muitas vezes, percursos educativos e formativos tradicionais, que colocam as mulheres em profissões menos valorizadas e remuneradas. As políticas devem colocar a tónica no combate precoce aos estereótipos de género, formando e sensibilizando professores e estudantes e encorajando os jovens de ambos os sexos a explorar percursos educativos não tradicionais. O sistema de educação deve dotar os jovens de qualificações adequadas. Por conseguinte, é também importante abordar o fenómeno do abandono escolar precoce, que afecta mais rapazes do que raparigas (*Idem*).

A maioria das mulheres continuam com profissões em secções tradicionalmente ocupados por mulheres. Este roteiro sublinha: “é tão importante facilitar a entrada das mulheres em sectores

²⁸ Comissão das Comunidades Europeias. (2006). *Roteiro para a Igualdade entre homens e mulheres 2006 - 2010*.

não tradicionais, como é promover a presença de homens em áreas de dominância normalmente feminina. Há que aplicar a legislação anti-discriminação, providenciando formação e incentivos” (2006 :10). Só desta forma conseguimos estabelecer um equilíbrio de géneros nos mais variados tipos de cargos e isso parte das empresas/gerências. Ligía Amâncio (1994) recorda que os estudos sobre a discriminação da mulher no trabalho “revelam claramente a ausência da articulação de níveis de análise e a preponderância do paradigma dualista e do psicologismo das explicações”.

Ainda neste contexto, lembremos que existe ainda a imagem de que a mulher terá que lutar sempre mais do que o homem para conseguir alcançar cargos superiores. Numa das entrevistas realizadas por nós, isso mesmo foi recordado por uma das atletas onde exemplificou o caso de empresas, “se uma mulher sobe no cargo é porque ou tem um caso com o chefe ou porque lhe foi oferecido o cargo por ser mulher” (Francisca Laia, 2017).

2.2. Transformações dos Media

2.2.1. Os Media em Portugal

Segundo Nelson Traquina a história do jornalismo poderá ser entendida segundo três vertentes, consideradas “fundamentais do seu desenvolvimento”. A primeira vertente diz respeito ao seu início, “começou no século XIX com a expansão da imprensa, e explodiu no século XX com a expansão de novos meios de comunicação social, como a rádio e a televisão”. A segunda vertente é a “comercialização” e, por fim, em terceiro lugar encontramos “o polo económico do campo jornalístico, situa-se ante a emergência do polo intelectual com a profissionalização dos jornalistas e uma consequente definição das notícias em função de valores e normas que apontam para o papel social da informação em democracia” (Nuno Brandão, 2005, *apud*, Nelson Traquina, 2002: 27). Uma pesquisa efetuada por Kalpana Kumari²⁹, revela que, como sabemos, a televisão é hoje em dia um dos meios de comunicação mais eficazes “anteriormente, os media eram conhecidos como o espelho das realidades sociais, quando éramos totalmente dependentes da rádio/transmissor e da imprensa. No decorrer do tempo, a televisão entrou como um dos meios mais eficazes de comunicação audiovisual e foi explorada pelas “casas de *media*” para fins comerciais” (2016: 1, tradução livre).

²⁹ Kumari, Kapalna (2016) Role of Media In Shaping the Image of Women. AISECT University

Já no lado do jornalista, Nuno Brandão entende que este deve assumir um “papel, ainda mais importante, na sociedade em que vivemos devido à importância crescente em transmitir conhecimento” (2005: 42). Hoje, a sociedade vive com aquilo que lhes é transmitido e forma as suas opiniões perante essas mesmas informações. O público consome diariamente conteúdos noticiosos, sendo que com as novas tecnologias poderá selecionar o que quer ou não saber. É a partir daqui que surge a “Liberdade de Expressão e de Informação”. Segundo a Constituição da República Portuguesa, no artigo 37º, esta liberdade permite que todos tenham o direito de “expressar e divulgar livremente o seu pensamento pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio, bem como o direito de informar, de se informar e de ser informados, sem impedimentos nem discriminações” (Francisco Cádima, Luís Martins e Marisa Silva, 2016: 101). Os media assumem assim um “papel decisivo no exercício do poder público pois formam e determinam a mentalidade pública acerca dos assuntos da atualidade e por isso podem «modelar, e em regra modelam a imagem dos agentes do poder»” (Nuno Brandão, 2005, *apud*, Almeida Santos, 2003: 33).

Em Portugal, a responsável pela regulação dos media é a ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social, criada pela Lei 53/2005, de 8 de novembro³⁰. Esta entidade tem como principal objetivo a “regulação e supervisão de todas as entidades que prossigam atividades de comunicação social em Portugal”³¹. Segundo Francisco Cádima, Luís Martins e Marisa Silva, na maioria das vezes os media portugueses organizam-se em “estruturas oligopolísticas³² (2016: 108). Nas últimas décadas, verificaram-se importantes mutações no sector da comunicação social, que contribuíram para níveis crescentes de concentração”. No nosso país, no mundo da televisão, contamos com serviços em sinal aberto, fornecidos por três operadores, a RTP, SIC e TVI. Cada uma delas é detida por um grupo ou, no caso da RTP pelo Estado, sendo um prestador de serviço público. A SIC é detida pelo grupo privado Impresa e a TVI pelo grupo privado Media Capital, sendo estas operadoras de televisão comercial (*Idem*). No que toca ao mercado das rádios, estes são variados. Existem rádios regionais, mas em Portugal há diversos grupos empresariais com serviços de rádio, entre os quais, existindo a RDP (RTP), Renascença (R/Com) e TSF (Global Media). Quando falamos em imprensa, essa também varia a nível local. Porém, “os mercados de jornais de cobertura nacional são

³⁰ Lei disponível em: <http://www.erc.pt/documentos/legislacaosite/lei53.pdf>

³¹ Site oficial da ERC. Disponível em: <http://www.erc.pt/>

³² Oligopolísticas: “Um Oligopólio corresponde a uma estrutura de mercado de concorrência imperfeita, caracterizada pelo facto do mercado ser dominado por um número reduzido de empresas produtoras pelo que, uma única empresa tem algum poder para sozinha influenciar o preço do bem”. Fonte: <http://knoow.net/>

controlados por um número reduzido de grupos privados”, sendo que os principais são Cofina Media, Global Media, Media Capital e Impresa. O grupo Impresa está presente em televisão, sinal aberto e cabo, na imprensa, jornais e revistas e ainda conteúdos online. O grupo Media Capital, está presente na televisão, igualmente em sinal aberto e cabo, na rádio e em conteúdos digitais. O grupo Cofina está presente na imprensa, jornais e revistas, nos conteúdos digitais e na televisão por cabo. Por fim, o grupo Global Media está presente na imprensa, jornais e revistas, na rádio e nos conteúdos online (*Idem*).

Após este pequeno apontamento dizemos que a ERC (2014: 26) procurou saber de que forma o público consome notícias, através de um questionário realizado em 2014³³, tendo chegado à conclusão de que a televisão é o principal recurso. Posteriormente à televisão, o meio mais usado é o jornal impresso e só depois a rádio. No entanto, com o aparecimento das novas tecnologias e das redes sociais grande parte dos portugueses admitiu usar os “*media sociais*” como recurso de conteúdos noticiosos, mais que a rádio e o jornal impresso. “O início da manhã é o momento do dia preferencial para o contacto com as notícias”, sendo que à noite “apresenta-se também como um período muito intenso de acesso a informação noticiosa” (*Idem*). Estes resultados poderão estar ligados com o período em que os portugueses não estão a trabalhar, de manhã ao tomar o pequeno-almoço e antes de se deitarem. Durante o dia, o período em que se encontram a trabalhar/estudar, a consulta às notícias é inferior.

Outro dos pontos a realçar neste ponto é a credibilidade da informação assim como a imparcialidade da mesma. “A grande maioria dos inquiridos concorda que o trabalho de um repórter/jornalista deve consistir em apresentar o maior número possível de pontos de vista sobre um acontecimento e deixar aos seus leitores a tarefa de formar uma determinada opinião sobre a matéria em questão”, confirma o relatório³⁴. Por outro lado, há portugueses a preferirem que o repórter “assuma um ponto de vista, oferecendo argumentos que o fundamentem”. Quanto à credibilidade, os inquiridos admitem que esta poderá ser relevante conforme a marca e os jornalistas individuais. Ou seja, o processo de credibilização poderá depender do reconhecimento do papel do jornalista e a marca que este representa.

Para Nuno Brandão (2005), atualmente estamos a assistir a uma “rigorosa expansão e integração dos sistemas de comunicação eletrónica que poderá mudar a comunicação como a

³³ ERC – Públicos e Consumos de Média: O consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países. O lançamento deste relatório realizou-se em 2015 sendo que os dados foram recolhidos no final do ano de 2014.

³⁴ *Idem*

tínhamos conhecido até então, bem como as características básicas da vida social”, concluindo que este alargamento e inclusão tecnológica “tende a desvalorizar as diversidades e até mesmo de anulá-las”. Os media têm a função de dar as transmitir as notícias, relatar o que acontece e reproduzir a verdade. Daqui poderão surgir várias visões do mundo sobre acontecimentos e pessoas, (Brandão, 2005: 40).

Os media são verdadeiras instituições dominantes da esfera pública e um «importante fator de criação de perceções culturais partilhadas sobre o que existe», contribuindo decisivamente para a interpretação e «produção de sentido» da atual esfera pública, o que aumentam as suas responsabilidades (Nuno Brandão, 2005, *apud*, Rego, 1996: 40)

Usando as palavras de Nuno Brandão, a televisão é de facto “o maior instrumento de socialização que existe” (2005: 39). A televisão generalista pode oferecer um vasto número de programas, todos diferentes, para todas as idades e gostos, de modo a incitar interesses por todos os indivíduos. Desta forma satisfaz o maior número possível de públicos e “deixa espaço para outros públicos que possam interessar-se...” (*Idem*). Por outro lado, a autora Carla Baptista, no livro “A Crise do Jornalismo em Portugal”³⁵, lembra que para quem estuda os *media* escolher o mais relevante é uma tarefa complicada e, por isso, decidiu “tocar na ferida” e falar sobre os temas silenciosos: como a desigualdade de género. Carla Baptista recorda que

os enquadramentos jornalísticos das histórias que «acontecem» tendem a seleccionar e empatizar com um conjunto de temas e posições sociais consideradas merecedoras de atenção pública – por exemplo, as mulheres que sofrem o crime de violência doméstica; as grávidas vítimas de despedimento; as mães trabalhadoras cujos magros rendimentos do trabalho não lhes permitem satisfazer a exigência devoradora da máquina fiscal; as mulheres pobres cuja dignidade e qualidade de vida é comprometida até pelos tribunais que deveriam ressarcir-las dos erros médicos cometidos no seu corpo (todas estas situações configuram uma moldura narrativa que envolve casos mediáticos tão recentes como recorrentes) (2017:134).

³⁵ Matos, José, Carla Baptista e Filipa Subtil (2017) A Crise do Jornalismo em Portugal. Deriva Editores

2.2.2. O Jornalismo Online

Dados recolhidos por Francisco Cádima, Luís Martins e Marisa Silva, (2016) em Portugal, a percentagem de rede de banda larga é de 98% em zonas rurais³⁶, no entanto só cerca de 60% da população tem acesso à internet de banda larga³⁷.

Hoje é comum considerar-se que os meios de comunicação são os verdadeiros elos de aproximação entre os povos, da difusão da cultura, do progresso social, mas a verdade é que (...) a ordem dos signos e a ordem digital têm-se vindo progressivamente a substituir à «ordem do homem» e o que está portanto agora em causa é exatamente essa «ausência do humano» (Nuno Brandão, 2005, *apud*, Francisco Rui Cádima, 1996: 23).

Em 1995, ano que em Portugal surgem as primeiras experiências de jornalismo eletrónico. O Jornal de Notícias foi o primeiro jornal diário generalista a começar a atualizar regularmente o noticiário, seguindo-se o Público e o Diário de Notícias (José Castanheira, 2004, *apud*, António Granado: 29).

Os meios tecnológicos que temos hoje ao nosso dispor são uma forma de facilitismo, conseguimos aceder a qualquer notícia, a qualquer hora e em qualquer parte do mundo, basta ter acesso à internet. Com esta opção, escolhemos o que queremos ler e quando queremos ler. Sem restrições, -na maioria dos casos. Pagar para aceder a notícias online está cada vez mais “na moda”, no entanto, o estudo feito pela ERC revela que esta rotina poderá estar ainda “muito longe de fazer parte dos hábitos de consumo de notícias” (2015: 50). Isto porque a maioria dos utilizadores inquiridos que pagou para aceder a notícias online é “praticamente irrelevante”, confirma o estudo. O consumo da internet é cada vez mais usual nos lusitanos, sendo que este mesmo relatório confirma que cerca de um terço da população residente no país não utiliza este meio. A ERC revela que o email é ainda a principal atividade desenvolvida por este meio de comunicação, a maioria dos inquiridos identificou este como uma das suas principais atividades online. Logo a seguir aparece a utilização das redes sociais, (recordando que este é um dos meios principais para consumir notícias) e em terceiro lugar, os portugueses indicam este meio para contactar os amigos. Uma outra relação aqui identificada é a internet/televisão ou internet/rádio, parte dos inquiridos também identificaram o online como um meio para ver televisão ou ouvir

³⁶ IHS Inc. and Valdani Vicari & Associati Portugal, 2013

³⁷ Eurostat, 2013

rádio. Debruçando sobre as necessidades, os principais resultados apresentam as viagens, a sua cidade, serviços públicos e saúde como as principais pesquisas dos portugueses.

“«A oferta tecnológica está por vezes à frente daquilo que os consumidores precisam» levando os consumidores a tentarem criar necessidades que ainda não têm” (Nuno Brandão 2005, *apud*, Luís Nazaré, 2002: 22). A internet consegue interagir diretamente na vida do ser humano, esta é só mais uma ferramenta que está à disposição de qualquer pessoa, que é capaz de “facilitar uma cidadania participativa, bem como que permite a interação e a mediação dentro de processos bidirecionais de sentido entre as realidades nacionais e internacionais” (Brandão, 2005: 95). É aqui que entra o jornalista, este tem o poder de decisivo na comunicação, devido ao “poder e influência da televisão da sociedade”, como é o caso da produção do “conhecimento quotidiano sobre a realidade, de modo a poder contribuir para a construção da realidade social enquanto realidade pública e coletivamente relevante” (*Idem*). No estudo “Retrato dos Jornalistas Online em Portugal”, e segundo jornalistas inquiridos, João Canavilhas chega à conclusão que o jornalismo online “não é apenas uma moda, pelo que a identificação de uma linguagem jornalística própria para a web e questão da formação específica adquirem uma importância crucial”, pois estes jornalistas admitiram que a web é um novo “meio de comunicação social” (2005: 1398).

Com o aparecimento deste novo meio é agora possível “conectar a história a outras histórias, arquivos, recursos, etc., através de links” (Castanheira, 2004), realidade que há cerca de 25 anos atrás não era possível. John Pavlik (2001)³⁸ estruturou a evolução do jornalismo online em três fases, na primeira “os conteúdos disponibilizados online são os mesmos que antes foram publicados nas versões tradicionais do meio”, na segunda fase os conteúdos “são produzidos unicamente para as versões online, contendo já hiperligações, aplicações interativas e, nalguns casos, fotos, vídeos ou sons”, já na terceira fase “conteúdos desenvolvidos exclusivamente para a web, tirando partido de todas as suas características” (João Canavilhas, 2005, *apud*, John Pavlik, 2001: 2). A última fase, a qual intitulamos “webjornalismo”, caracteriza-se pela “produção de informação de cariz noticioso com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, imagens - estáticas ou em movimento - e hiperligações, tudo combinado num todo coerente, interativo, aberto e de livre navegação para os utilizadores”. João Canavilhas afirma que em Portugal o jornalismo na web encontra-se ainda na segunda fase indicada por Pavlik, “na maior parte dos casos, aquilo a que se chama jornalismo online é a

³⁸ Pavlik, John, *Journalism and new media*, New Cork, Columbia University Press, 2001

disponibilização de notícia de última hora. Jornais exclusivamente online, estão longe de ter entrado na fase de webjornalismo” (Canavilhas, 2005: 3).

Numa primeira fase, jornais, rádios e televisões foram atraídos pela imagem de inovação tecnológica associada à presença na internet e pela possibilidade de conseguirem uma dimensão global até então condicionada pelos circuitos de distribuição. Por isso, as primeiras edições online limitaram-se a transportar para a web aquilo que já faziam nas versões tradicionais. Só mais tarde algumas empresas perceberam o potencial da web, tendo introduzido funcionalidades próprias do meio e criado novos serviços apenas possíveis na web. (*Idem*)

2.2.3. Media e Género

“Apesar dos avanços em vários domínios, diferenças notáveis entre homens e mulheres persistem na sociedade portuguesa, decorridos 40 anos sobre a revolução democrática” (Martins, 2017: 117)³⁹. Os *media* poderão ter um forte peso na construção da imagem dos estereótipos de género na população. No Roteiro para Igualdade entre Homens e Mulheres observamos que os meios de comunicação têm um contributo ao apresentar uma “imagem realista das competências e potencialidades de homens e mulheres na sociedade, evitando retratá-las de forma degradante e ofensiva” (Comissão das Comunidades Europeias, 2006: 10). Neste sentido é seu dever “promover a todos os níveis o diálogo com os agentes envolvidos e organizar campanhas de sensibilização” (*Idem*).

Para Von Zoonen (1994)⁴⁰ o assunto da representação do sexo feminino nos *media* “sempre foi uma preocupação do movimento feminista que, por volta dos anos 60 e 70 do século passado, se apercebeu do poder que os meios de comunicação social tinham como agentes de produção das representações e práticas que definem o género” (Carla Cerqueira, 2008, *apud*, Von Zoonen, 1994: 1). Hoje em dia os jornalistas conseguem ter acesso a todo o tipo de acontecimentos diariamente, cabe-lhes assim a tarefa de conseguir distinguir “aqueles que estão dentro dos critérios definidos pela cultura jornalística”⁴¹, -sendo importante que cada jornalista

³⁹ Matos, José, Carla Baptista e Filipa Subtil (2017). A Crise do Jornalismo em Portugal. Deriva Editores

⁴⁰ Van Zoonen, L. (2004). *Feminist Media Studies*. London: Sage Publications.

⁴¹ Cerqueira, Carla Braga (2008, p. 2). A Imprensa e a Perspectiva de Género. Quando elas são notícia no Dia Internacional da Mulher. Universidade do Minho, Portugal

não se esqueça do Código Deontológico do Jornalista⁴². Para Carla Cerqueira o discurso jornalístico propaga mensagens “estereotipadas e pouco representativas das mulheres na sociedade” (2008: 3), sendo que há a necessidade de se construírem “imagens diversificadas para que as pessoas percecionem os novos papéis que estão a ser desenvolvidos pelo sexo feminino” (Carla Cerqueira, 2008, *apud*, Liesbet van Zonnen, 1994, Pilar Díez, 2005 e Jordi Farré *et al.* 1998: 141).

Para além do campo jornalístico há ainda outras áreas a ter atenção, como é o caso do cinema, da fotografia, entre outros. As autoras Silvana Mota Ribeiro e Zara Pinto Coelho, num estudo sobre as imagens de mulheres na imprensa portuguesa⁴³ defendem que as “imagens visuais, juntamente com outros textos e práticas culturais, ajudam a organizar os modos de compreensão das relações de género” (2005: 2). Ou seja, ao apresentar uma fotografia ou o vídeo sobre determinado caso feminino, tudo o que se segue, seja um título, ou um texto, poderá, ou não, ajudar na compreensão dos estereótipos. Já Kalpana Kumari (2016), defende que o objetivo da televisão não é, de todo, moldar a imagem da mulher, sendo que, “inconscientemente”, acabam por destroçar essa mesma imagem com alguns conteúdos. “O alvo dos programas televisivos nunca foi moldar ou influenciar a imagem das mulheres. Os “reality shows” as “novelas” ou os anúncios que por norma assistimos, não têm a intenção de distorcer ou realçar a imagem da mulher. No entanto, estes poderão afetar esta imagem inconscientemente” (Kumari, 2016: 1, tradução livre).

Ainda sobre o estudo de Carla Cerqueira (2008), esta sublinha ainda que as mulheres continuam a não ter acesso aos grandes cargos de chefia, lembrando o que Victoria Camps diz “«Qualquer mulher pode ser diretora de um jornal. Algumas chegaram a sê-lo. Em teoria é assim. Mas a prática é outra coisa. Na prática, as mulheres têm dificuldade em chegar ao topo e encontram obstáculos de toda a espécie quando querem atingir uma posição de destaque»” (Carla Cerqueira, 2008, *apud*, Victoria Camps, 2001: 142). Posto isto, a autora revela um estudo publicado pela Federação Internacional de Jornalistas⁴⁴ onde se reforça esta ideia, “as mulheres constituem um terço dos jornalistas, mas menos de três por cento ocupam cargos de direção e

⁴² Código Deontológico do Jornalista: aprovado em 4 de maio de 1993, em assembleia-geral do Sidicato dos Jornalistas.

⁴³ Ribeiro, Silvana Mota e Zara Pinto Coelho (2005) *Imagens de mulheres na imprensa portuguesa*. Universidade de Aveiro.

⁴⁴ Dados sobre as Mulheres e os Media apresentados pelo Departamento de Informação Pública da ONU, em Fevereiro de 2006 (<http://un.org/spanish/events/women/iwd/2006>).

com poder de decisão” (Cerqueira, 2008: 4). As mulheres “continuam a ser associadas à esfera privada, não conseguindo ingressar com a mesma igualdade do que os homens nos campos de intervenção que atingem mais facilmente a agenda mediática, como é o caso da política, do desporto e da economia.” (*Idem*). Filipa Subtil e Maria João Silveirinha contextualizam, foi a partir de 1960 que o número de mulheres em jornalismo começou a ser significativo, em Portugal (2017: 122). No entanto, foi a escolarização das mulheres que permitiu a sua entrada no mundo do trabalho, foi um “fator de grande relevância, bem como para o incremento da sua presença na esfera pública dos *media*” (*Idem*). Importa também reforçar a ideia destas duas autoras quando o assunto é diferença de género no campo jornalístico. Filipa Subtil e Maria João Silveirinha sublinham que embora ambos os sexos se mostrem disponíveis para “naturalizar” as diferenças de género, as mulheres têm “maior tendência a expressar a forma como as experiências privadas e pessoais se relacionam com a dinâmica organizacional da sala de redação, incluindo a distribuição de trabalho” (*Idem*).

Os *media* tendem a reforçar as representações estereotipadas das mulheres quando as encerram em rígidos papéis sociais e as dão a ver como «históricas», recuperando formulações quase medievais, sempre que algumas se revoltam e estrebucham na tentativa de sair ruidosamente dos rótulos aceitáveis e afirmar o direito ao contraditório, ao não normativo, ao plural, ao diferente... numa palavra, ao complicado (Baptista, 2017:137).

2.4. Desporto

2.4.1. O Desporto em Portugal

O desporto é um fator que deve estar presente na vida de um ser-humano desde sempre, não só pelo bem-estar, mas também por uma questão de saúde, de estética ou simplesmente pelo gosto ao desporto. Hoje, em Portugal, esta é uma realidade cada vez mais presente na vida das pessoas, se antigamente não se via ninguém na rua a praticar desporto, hoje há desporto por todo o lado.

No entanto, existe ainda uma grande diferença entre rapazes e raparigas, - ora se o futebol é para meninos, o *ballet* é para meninas. Porém os tempos mudaram. Este é também um assunto que deve ser discutido desde com os mais novos. A educação parte de casa, mas é

também na escola o grande desafio. O livro *Desporto na Escola: educando para a igualdade*⁴⁵, revela a importância da igualdade entre raparigas e rapazes nas atividades desportivas. “Um dos principais objetivos da igualdade é o de permitir a todas as pessoas a plena participação e o acesso a uma gama completa de atividades, permitindo-lhes assim realizar todo o seu potencial. O exercício da igualdade elimina as práticas discriminatórias que representam um obstáculo à plena participação de raparigas e rapazes” (Associação Portuguesa Mulheres e Desporto, 2009: 13). Posto isto, é na escola e na fase da adolescência que se devem incumbir as “regras” de igualdade. De modo a reforçar esta ideia, esta associação explica ainda que a escola e o desporto “são tidos como fatores de socialização de adolescentes. As vivências desportivas na escola influenciam as formas de participação futura de mulheres e homens nesse tipo de atividades – daí a enorme importância de incluir, nesta área, as questões da igualdade” (*Idem*).

Em Portugal, o acesso à atividade física e desportiva é um direito reconhecido na Constituição da República Portuguesa⁴⁶. O artigo 79º desta Constituição afirma que “incumbe ao Estado, em colaboração com escolas e as associações e coletividades desportivas, promover, estimular, orientar e apoiar a prática e a difusão da cultura física e do desporto” (Associação Portuguesa Mulheres e Desporto, 2009, *apud*, Constituição da República Portuguesa, 1976: 137). Também a Lei de Bases da Atividade Física e do Desporto⁴⁷, faz referência aos princípios da universalidade e da igualdade no artigo 2: “todos têm direito à atividade física e desportiva, independentemente da sua ascendência, sexo, raça, etnia, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social ou orientação sexual”, e ainda “a atividade física e o desporto devem contribuir para a promoção de uma situação” (2007: 1). É ainda nesta Lei que se fala no desenvolvimento do desporto, no artigo 7º, um dos seus pontos refere que “incumbe à Administração Pública na área do desporto apoiar e desenvolver a prática desportiva regular e de alto rendimento, através da disponibilização de meios técnicos, humanos e financeiros, incentivar as atividades de formação dos agentes desportivos e exercer funções de fiscalização, nos termos da lei” (*Idem*).

⁴⁵ Associação Portuguesa Mulheres e Desporto (2009). *Desporto na escola : educando para a igualdade* . Lisboa: Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género.

⁴⁶ *Idem*

⁴⁷ Lei nº 5/2007, de 16 de janeiro. Disponível em: http://www.idesporto.pt/ficheiros/file/Lei_5_2007.pdf

Posto isto, importa dizer que hoje, as mulheres,

participam muito mais nas atividades desportivas, estando presentes num vasto leque de modalidades. Tem-se verificado, no entanto, que as práticas desportivas continuam a ser palco da reprodução de estereótipos de género, nomeadamente ao nível da alta competição e mais concretamente ao nível dos prémios monetários e apoios, bem como na reduzida participação feminina nos lugares de decisão do universo desportivo. (Associação Portuguesa Mulheres e Desporto, 2009: 137).

Citando também o Plano Nacional para a Igualdade (2004: 35)⁴⁸, este defende que o desporto “assume um lugar de extrema importância na sociedade moderna, não só pelo impacto que tem no desenvolvimento das capacidades interpessoais e humanas de todos/as como também na consolidação do bem-estar físico e mental”. É por isso importante que as políticas e serviços dinamizem a atividade física entre as mulheres pois são estas que “normalmente assumem as responsabilidades familiares” (*Idem*). Para além disso, de forma a concluir este ponto, é fundamental a “integração da dimensão de género nas políticas e práticas desportivas, promovendo uma maior participação de raparigas e rapazes em todas as atividades, nomeadamente promovendo a articulação com o Instituto do Desporto” (*Idem*).

No que diz respeito às modalidades mais praticadas, segundo Salomé Marivoet (2001: 65)⁴⁹, o futebol representa a maioria, “quer em termos regionais quer nacionais, é o futebol, que representa 30% das modalidades praticadas e é praticado por 10% da população. A natação surge em segundo lugar, representando 11% das modalidades e 4% da população em estudo. O atletismo que ocupa o terceiro lugar, abrange 8% das modalidades praticadas e 2% da população”. Já nas preferências segundo o género, o futebol é, claramente, a modalidade mais praticada pelos homens, antes do atletismo e da natação. Quanto às mulheres, a natação aparece no topo da lista, seguida das danças gímnicas e da ginástica (*Idem*).

⁴⁸ Portugal. Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres (2004) Plano Nacional para a Igualdade 2003-2006. Lisboa : Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres

⁴⁹ Marivoet, Salomé. (2001). Hábitos desportivos da população portuguesa : estudo da procura da prática desportiva. Lisboa: Instituto Nacional de Formação e Estudos do Desporto.

2.4.2. O Jornalismo Desportivo

“O desporto, fenómeno característico e destacado das atuais sociedades de massas, esconde por detrás da sua aparente simplicidade uma enorme complexidade social e cultural”. (Ferrando, 1990: 27, tradução livre).

Salomé Marivoet (2001), frisa no seu livro⁵⁰ que, segundo o seu estudo, 45% da população manifesta preferência pelos programas desportivos, (daqui 16% são praticantes desportivos e 29% não praticam desporto). Quanto ao tipo de programas, destaca-se o futebol com 88%. Os desportistas mostraram ainda um maior interesse pelos programas desportivos “informativos” e por outras competições, para além do futebol (Marivoet, 2001). Quanto ao consumo dos jornais desportivos, a maioria é do sexo masculino, “cerca de 40% da população que afirma ler os jornais desportivos, 31% são homens e 9% são mulheres” (*idem*). Também o Primeiro Relatório do Projeto ERC – Públicos e Consumos de Média⁵¹ apresenta os temas mais importantes reconhecidos pelo público: “«notícias nacionais» (92%), «notícias internacionais» (75%) e «notícias sobre saúde e educação» (40%). Seguem-se as «notícias de desporto» (37%), as «notícias de economia» e as «notícias de entretenimento, sociedade e celebridades» (ambas com 28%) e as «notícias de arte e cultura» (26%)” (ERC, 2014: 7).

Posto isto, o desenvolvimento do desporto em Portugal está muito relacionado com os *media*. Prova disso são as primeiras competições desportivas no país onde os *media* se tornaram os “grandes intermediários da relação entre desporto espetacular, dirigido a um público massificado, e a cultura de lazer urbana” (Nuno Domingos e Rahul Kumar, 2011: 207). Quanto aos meios de comunicação social, hoje em dia todos eles apresentam diferentes formas de “mediar a experiência desportiva e os seus enquadramentos dominantes”, (*Idem*). No nosso país, são vários os meios que dão destaque ao desporto, é o caso da rádio, da imprensa, da internet e da televisão, sendo que há meios dedicados apenas ao desporto.

As transformações da notícia desportiva, tanto na substância como na forma, a relação que os meios de comunicação estabeleceram com as competições desportivas e as diferentes formas de cobertura do fenómeno desportivo pelos diferentes meios de comunicação social, são elementos centrais na economia narrativa do texto. (*Idem*).

⁵⁰ *Idem*

⁵¹ Públicos e consumos de Média: O consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais de dez países. (2014), Lisboa.

Agora, se até aqui falámos de um modo geral do desporto, entramos num tema mais restrito: a mulher desportista. Na opinião das nossas atletas entrevistadas e referenciadas devidamente no próximo ponto, todos os meios de comunicação social dão uma especial atenção ao desporto, mas masculino. Segundo Soraia Lopes, todos os meios falam o “mínimo e o obrigatório” sobre o desporto feminino, sendo que a imprensa é o que, na sua opinião, consegue ter mais notícias sobre as mulheres desportistas. Opinião idêntica a Francisca Laia, que também revela que é na imprensa que “vai havendo mais expressão das mulheres”. Nas televisões generalistas, “só se fala de futebol” e de “duas ou três mulheres do desporto” dando o seu exemplo: “fui falada uma vez e apareci em rodapé outra”. Já Rita Colaço refere que poderá depender do desporto, “se for futebol, qualquer um deles dá bastante destaque, menos destaque no que diz respeito ao futebol no feminino como é notório. As outras modalidades ainda têm menor visibilidade”. No seu caso em particular (atleta da pesca ao achigã), afirma que em canais generalistas não há “qualquer referência, só mesmo em canais desportivos que se relacionem com a modalidade da pesca” e exemplificou: “80% da população portuguesa talvez não saiba que Joaquim Moio e João Grosso conquistaram o título de campeões do Mundo no México em 2014”.

Para Filipa Subtil e Maria João Silveirinha “refere-se a importância de prosseguir um esforço combinado de combate aos estereótipos de género em todos os domínios da vida pública, em especial, na educação e formação, saúde, mercado de trabalho, desporto, cultura e comunicação social” (2017: 51). É nestes estereótipos que nos temos que focar. Já em 2004, o ex-presidente da Federação Internacional de Futebol (FIFA), Sepp Blatter, disse que o equipamento das atletas femininas teria que ser revelador dos seus físicos, explicando: «perdoem-me por dizer isto, mas no voleibol as mulheres também usam equipamentos diferentes dos homens. E hoje, existem mulheres muito bonitas a jogar futebol [...] Elas já se distinguem dos homens porque jogam com uma bola mais leve, também se podem distinguir através de um equipamento mais estético, mais feminino. Por exemplo, calções mais justos» (Lígia Amâncio, *et al*, 2007, *apud*, *SonnatagsBlick*, 2004: 320). Depois deste depoimento, surgiram várias atletas a reagir a estas declarações, como exemplo «se aqueles que vêm aos jogos querem ver manequins então comprem a *Playboy*»⁵². Destes pequenos exemplos, conseguimos concluir que há quem avalie o desporto feminino consoante a roupa que usa, se for muito tapado onde não se notem as curvas da mulher, já não é tão bom como uns calções mais justos onde se veja o “rabo todo”.

⁵² Amâncio, Lígia, et al (2007, p: 321) O longo caminho das mulheres: feminismos 80 anos depois. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

É preciso, urgentemente, mudar estes estereótipos e não tratar a mulher como um objeto sexual.

Os trabalhos de investigação sobre as relações de género no desporto assinalam os avanços e os pontos de conflito, antigos e atuais, mas os desportos continuam a ser avaliados como femininos ou masculinos, e muitos ainda são encarados masculinizantes para as mulheres. Apesar de nos últimos anos se ter acelerado a feminização das práticas desportivas, e as diferenças de *performance* entre mulheres e homens se terem atenuado, as atletas ainda se deparam com um preconceito social ambivalente: sendo mulheres não são tão competentes como os homens; sendo muito competentes podem deixar de ser mulheres – sair fora do seu sexo. (Amâncio, 2007: 324).

3. Enquadramento Metodológico

3.1. Justificação da opção metodológica

A opção metodológica usada vai ao encontro de uma análise qualitativa e quantitativa. Após uma pesquisa de autores relevantes sobre o tema, o método passou por entrevistas a sete atletas femininas e a dois jornalistas, (nomeados mais à frente) e por uma análise de conteúdo a dois sites de jornais desportivos portugueses, o Record e O Jogo, durante três meses a dez modalidades.

Com a oportunidade de realizar estas entrevistas conseguimos saber, em discurso direto, a opinião de atletas femininas de topo e de jornalistas (dos dois jornais analisados) sobre este tema. Quem melhor para o abordar? Daqui, surgem ideias e opiniões que esclarecem melhor a discrepância que existe nos conteúdos noticiosos sobre o desporto masculino e o feminino. A análise aos sites desportivos, permitiu encontrar as (poucas) notícias que existem sobre a mulher desportista, o número de vezes que estas aparecem, comparando com as do sexo masculino. Seleccionámos dez modalidades, com base no gosto pessoal, mas também com base nas modalidades compatíveis nos dois sites.

“Se há slogan inspirador para uma feminista, é aquele que Gaye Tuchman escreveu em 1978, ao referir-se à “aniquilação simbólica” das mulheres no espaço mediático, onde são simultaneamente excluídas, sub-representadas e retratadas de forma estereotipada” (Carla Baptista, 2017: 134).

3.2. Etapas realizadas

Para a concretização desta investigação, começámos por pesquisar autores relevantes para o tema, de forma a chegar a um trabalho bem fundamentado. De seguida, o objetivo foi escolher os dois sites desportivos a analisar, assim como as suas modalidades e analisá-los por três meses. Nesta mesma altura foi ainda feita a preparação dos guiões das entrevistas e os respetivos contactos. Posteriormente, foi tempo de estudar as entrevistas e analisar ainda os dados recolhidos nos jornais.

3.2.1. Entrevistas

O quadro de entrevistas abrange um total de sete atletas femininas de alta competição: Ana Lopes, Francisca Laia, Naide Gomes, Patrícia Mamona, Rita Colaço, Sara Moreira e Soraia Lopes, das modalidades de futsal, canoagem, atletismo, pesca desportiva e andebol. Inicialmente o leque era maior, mas dada a indisponibilidade de outras atletas apenas estas sete conseguiram responder. No que diz respeito às entrevistas dos jornalistas, Ana Proença e Fábio Aguiar, dos jornais O Jogo e Record, respetivamente, estas foram feitas com base na análise, mas também com a sua opinião individual. Nos quadros em anexo⁵³ é possível ler um pouco da biografia de cada uma das atletas e ainda dos jornalistas. A seleção das atletas a entrevistar surgiu após a escolha das dez modalidades (houve a tentativa de entrevistar pelos menos uma de cada modalidade, sendo que nem todas tiveram disponibilidade, como referimos). Inicialmente houve a oportunidade de entrevistar três atletas, Naide Gomes, Patrícia Mamona e Sara Moreira através da Men's Health⁵⁴, local do estágio curricular. Importa também referir a importância que este estágio teve para a concretização desta dissertação, não só pelo facto de alcançar uma oportunidade para trabalho de campo, ao entrevistar estas três atletas, mas também pela aprendizagem que foi tida durante os três meses. Posto isto, entrámos em contacto com as restantes atletas e foram efetuadas as entrevistas. As perguntas elaboradas no guião de entrevista⁵⁵ tiveram o objetivo de perceber se realmente estas mulheres se sentem discriminadas no mundo do desporto e de que forma isso pode mudar.

Os jornalistas entrevistados⁵⁶ são dos jornais desportivos selecionados para a análise de conteúdo. Esta é uma tentativa de também perceber a visão dos jornalistas e de que forma estes podem ajudar a acabar com esta “desigualdade de género”, ou então desigualdade entre modalidades.

⁵³ Ver quadro 1 e 2 em anexo

⁵⁴ Men's Health: revista masculina, lançada em 1987 nos EU por Mark Bricklin. Em Portugal existe desde 2001 e atualmente o seu diretor é Pedro Lucas. É uma revista mensal e pertence ao grupo Global Media.

⁵⁵ Ver guião 1 de entrevista anexo

⁵⁶ Ver guião 2 de entrevista em anexo

3.2.2. Análise de Conteúdo: Estudo de Caso “Record” e “O Jogo”

Como referimos no ponto anterior, para a elaboração desta dissertação analisámos dois sites de jornais desportivos portugueses, O Jogo e o Record. Ambos os jornais têm publicação diária impressa e página *web*. Para realizar esta análise, recorreremos à ajuda da tecnologia, de forma a ser mais rápida e eficaz. Laurence Bardin explica que, atualmente, a análise de conteúdo é “um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais subtis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a «discursos» extremamente diversificados” (2004: 11). Importa referir que a análise de conteúdo se desenvolveu nos EU e, no seu aparecimento, “o rigor científico invocado é o da medida e o material analisado é essencialmente jornalístico” (*Idem*). O primeiro nome associado a esta análise é de H. Lasswell, que começou por fazer análises de imprensa e de propaganda (*Idem*). No seu livro “Análise de Conteúdo”, Laurence Bardin refere que nos anos 60 e princípio dos anos 70, existiram três fatores que afetaram a investigação e a prática da análise de conteúdo e, um deles, é o computador. “Além de o tratamento informático permitir assimilar rapidamente quantidades de dados impossíveis de manipular manualmente e permitir testes estatísticos anteriormente impraticáveis, o uso do computador tem consequências nas questões privilegiadas da análise de conteúdo” (*Idem*). Importa referir que a nossa análise vai de encontro com os passos da análise do conteúdo da autora Laurence Bardin. O primeiro, a “pré-análise” consistiu em escolher os sites que iriam ser analisados, as modalidades e o tempo da análise. O objetivo foi ter dois meios de comparação, para que se conseguisse obter um maior número de resultados. Foram escolhidas 10 modalidades (andebol, atletismo, natação, triatlo, ténis, motodesporto, ciclismo, surf, judo e canoagem), existentes em ambos os sites e de seguida foi construída uma tabela *excel* para conseguir registar da melhor forma os resultados. O segundo passo “a exploração do material”, decorreu durante os meses de janeiro, fevereiro e março, todos os dias foram registadas todas as notícias correspondentes a estas dez modalidades. O registo foi feito de quatro formas, notícias do género feminino, masculino, notícias que envolvessem ambos os sexos e por modalidades (onde se falava no geral). No final, esta exploração consistiu em enumerar cada um destes quatro conteúdos. Por fim, o “tratamento dos resultados obtidos e interpretação”. Neste passo o trabalho consistiu na construção dos gráficos, por modalidades e jornal, sendo que houve uma codificação⁵⁷, de modo a conseguir entender

⁵⁷ Codificação: processo pelo qual os dados brutos são transformados sistematicamente e agregados em unidades, as quais permitem uma descrição exata das características pertinentes do conteúdo (Bardin, 1977: 129).

melhor os resultados. Daqui surgem 20 gráficos que apresentam as notícias que foram publicadas sobre os atletas e modalidades, onde falarei mais à frente na análise da informação.

Sobre os jornais analisados, a primeira edição do jornal Record saiu à rua no dia 26 de novembro de 1949. Fundado por Manuel Dias, um vendedor de jornais e atleta olímpico, o Record apresenta ao público diversas novidades sobre o futebol e sobre outras modalidades desportivas. O jornal português, disponível em vários formatos, - impresso, televisivo e online – é dirigido pelo jornalista António Magalhães desde 2014 e faz parte do grupo Cofina Media. O Record procura inovação e, por isso, aposta diariamente em diversos temas desportivos e modalidades para captar a atenção dos leitores, sendo que este jornal é dos mais vendidos e procurados no país⁵⁸. A sua página online foi lançada em abril de 1999 e é um dos sites portugueses com mais visitas diárias⁵⁹. O site é de acesso gratuito, porém, existem artigos de opinião e suplementos que estão reservados a assinantes.

O Jogo foi fundado no dia 22 de fevereiro de 1985 e integra o Global Media Group. O diretor atual é José Manuel Ribeiro e o editor-chefe online é Alcides Freire, sendo Adalberto Ramos o editor online. O Jogo noticia igualmente os principais acontecimentos desportivos, tanto de futebol como de outras modalidades. O site é também gratuito e está organizado por secções de forma a facilitar a procura dos utilizadores, sendo que destaca o futebol, andebol, basquetebol, hóquei em patins e motores. Através do jornal Record e O Jogo, é possível encontrar os principais conteúdos noticiosos e os de última hora que podem ser visualizados nos seus sites, nas redes sociais e/ou nas aplicações.

Para este tema de trabalho a análise focou 10 modalidades: andebol, atletismo, canoagem, surf, natação, motores, triatlo, judo, ténis e ciclismo. Durante três meses, diariamente, observámos o que cada um destes jornais publicava na sua página web e registámos cada tema, de ambos dos sexos e da modalidade em si. O objetivo passa por compreender a importância que se dá ao desporto feminino, à mulher desportista e o número de vezes que esta é noticiada. Todas as modalidades têm representantes do sexo feminino, mas o número de conteúdos noticiosos sobre estas não é o suficiente. Será esta uma questão cultural?

Para ajudar nesta análise de conteúdo é relevante saber que, nesta situação, a missão da informática e do computador foi essencial e, como diz Laurence Bardin (1977: 173) “é

⁵⁸ Fonte: Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT) Disponível em: http://www.apct.pt/Analise_simples.php

⁵⁹ Fonte: <https://www.alexa.com/topsites/countries/PT>

interessante poder recorrer ao computador quando a análise é complexa e comporta um grande número de variáveis a tratar em simultâneo”⁶⁰. Por outro lado, nas diferentes fases desta técnica, importa saber que “nem todo o texto é tido em consideração. Não se trata, pois, de um método exaustivo, pelo menos em relação ao conteúdo do texto” (Laurence Bardin, 1977: 202).

3.3. Balanço da Investigação

Ao longo desta investigação deparamo-nos com algumas dificuldades, entre elas a falta de fontes sobre a mulher desportista nos meios de comunicação social. Por esse motivo, foi necessário abordar outros temas que não estivessem diretamente relacionados, mas que de alguma forma nos pudessem fazer chegar a uma conclusão. Igualdade de género, igualdade no trabalho, os media em Portugal, o desporto em Portugal, foram alguns dos temas que achámos oportuno abordar. Este sempre foi um assunto que despertou a atenção, não só pela paixão do desporto, mas também pela dúvida que sempre existiu na mente dos portugueses, mas que nunca é retratada. A falta de respostas por parte de algumas atletas poderá ter dificultado a parte prática desta investigação, porém todas as entrevistas realizadas deram uma grande e vantajosa ajuda. A desvantagem é, portanto, a falta de recursos sobre o tema e a “ignorância” que existe atrás dele. Na nossa opinião e com o decorrer desta investigação, a desigualdade de género nos meios de comunicação existe e tem de ser combatida. No desporto, a desigualdade também existe e não é só em géneros, é também em modalidades. A vantagem deste trabalho poderá ser o pontapé de saída para futuras investigações e uma ajuda para aqueles que sempre se questionaram sobre esta matéria.

⁶⁰ Bardin, Laurence (1977), *Análise de Conteúdo*. France

4. Análise dos dados

Neste ponto, iremos analisar o material que foi recolhido para esta investigação. Com as entrevistas realizadas⁶¹ conseguimos retirar algumas ideias fundamentais sobre esta matéria. Na opinião individual sobre a *forma como os media tratavam o desporto feminino*, as respostas foram semelhantes. Sem grandes dimensões e com alguma invisibilidade. É também aqui levantada a questão da “desigualdade nas modalidades”, onde se conclui que se dá mais destaque ao futebol⁶².

“Com pouco ênfase. As poucas notícias que merecem (algum) destaque pelos media, são as vencedoras dos grandes feitos nacionais ou internacionais e mesmo assim, é raro haver uma página inteira”.

- Ana Lopes, Fustal

“Com desprezo, sem prazer, fazem o mínimo e muitas vezes até é mal feito porque não estão minimamente informados”.

- Soraia Lopes, Andebol

“Os media ainda tratam este tema um pouco «abaixo» dos homens, mas de certa forma o desporto tornou-se moda. Mesmo assim esta moda tem de ser bastante unissexo. Ainda há a ideia de que os homens praticam o desporto mais bruto, mais masculino e as mulheres vão para o ginásio para ficarem com o corpo mais tonificado. Se calhar é mudar um bocado esse estereótipo. A nível de atletismo sinto que não há grande diferença, mas têm que apostar mais no mediatismo, só assim conseguem captar a atenção dos leitores”.

- Patrícia Mamona, Atletismo

“Acho que claramente é dada menos atenção ao desporto feminino do que ao masculino, principalmente nas modalidades que são mais praticadas por homens do que por mulheres. Acho que é algo cultural e relacionado com a desigualdade de géneros”.

- Francisca Laia, Canoagem

⁶¹ Ver guião 1 e 2 em anexo

⁶² Ver questão 1 do guião 1

“No meu ponto de vista não noto a falta de reconhecimento para com as mulheres, penso que depende do tipo de desporto e do estatuto que o atleta tenha dentro da modalidade que pratica, sendo homem ou mulher”. - Rita Colaço, Pesca Desportiva

“Nunca sofri esse tipo de diferenças, pelo contrário. Quando eu ganhava o Nélson Évora também ganhava e éramos igualmente tratados. As diferenças que eu vejo é mais ao nível de modalidades, comparativamente com o futebol. Hoje em dia a nossa cultura é mais futebolística”. - Naide Gomes, Atletismo

“Sinto que sou bem tratada, não sinto diferenças comparativamente com colegas da minha modalidade, homens. Se falarmos de futebol é diferente. Acho que o desporto feminino, regra geral, é relativamente bem tratado. Será mais uma diferença de modalidades”. - Sara Moreira, Atletismo

Nas questões levantadas sobre esta temática, importa saber se esta será ou não uma *questão cultural*. O homem sempre foi visto como o mais forte, fisicamente, e esta poderá ser uma das razões pela qual fazem esta diferenciação⁶³. No entanto, levanta-se também aqui a questão da mulher ser a “dona de casa” e o desporto ser para homens.

“A verdade é que a nossa cultura não incentiva a mulher no desporto, mas felizmente nos últimos anos tem aumentado o número de praticantes do sexo feminino em diferentes modalidades”. - Ana Lopes, Futsal

“Acho que há muitas mulheres no desporto, mas como não são tão divulgadas acha-se que o desporto é «uma coisa de homens», que as mulheres não têm perfil competitivo para tal e isso é um erro, na minha opinião cultural sim”. - Francisca Laia, Canoagem

“Nos dias que correm raro é o desporto onde não existam elementos femininos ou até mesmo equipas femininas. Se não há mais mulheres a praticar, possivelmente será porque nesse desporto em questão existem maioritariamente homens e talvez por isso a mulher se sinta pouco à vontade e acabe por não aderir”. - Rita Colaço, Pesca Desportiva

“Hoje em dia já há muitas mulheres no desporto. É cultural e não só, as mulheres chegam a uma fase da sua vida que querem casar e ter filhos ou estudar e os homens

⁶³ Ver questão 2 do guião 1 e questão 4 do guião 2

não têm tanto essa necessidade, podem «ter filhos em qualquer altura»”.

- Naide Gomes, Atletismo

“É uma questão cultural. Há o estereótipo de que as mulheres que fazem desporto parecem homens e isso também está a acabar”.

- Patrícia Mamona, Atletismo

“É uma questão cultural, sim. Havia muito o estigma no desporto de que se andares no desporto depois não vais ser mãe, felizmente isso está-se a quebrar. Eu por exemplo na minha modalidade fui das primeiras que fui mãe e voltei ao desporto de alta competição”.

- Sara Moreira, Atletismo

“Na minha opinião, claro que sim! Se verificarmos o que se passa em outros países, como Inglaterra, Alemanha ou até mesmo Itália, percebemos que as diferenças são enormes. Se estivermos atentos aos Jogos Olímpicos, por exemplo, reparamos que as atletas de alguns desses países surgem como verdadeiras estrelas e são tratadas como tal. Não é que cá não haja estrelas. Patrícia Mamona, Telma Monteiro, Jéssica Augusto, Naide Gomes, Sara Moreira ou Dulce Félix são nomes que comprovam que, de facto, há muito valor em Portugal”.

- Fábio Aguiar, Record

Nesta questão tencionámos saber a *notoriedade que as atletas alcançam depois de uma competição com bons resultados perante os media e adeptos*. A realidade é esta: após uma grande competição ou uma medalha, os desportistas são desde logo contactados por vários meios para grandes entrevistas e sessões fotográficas. É também aqui que se verifica um maior reconhecimento da modalidade e dos desportistas. Em relação à mulher, isto não é diferente, mas a tendência é “cair” mais rapidamente no esquecimento. Após uma boa competição os media, claramente, dão mais valor⁶⁴.

“É o que está a acontecer no momento, é uma noticia que pode vender”.

– Soraia Lopes, Andebol

“É engraçado porque parece que começam a ter inveja uns dos outros e convidam para mais coisas. Depende totalmente do resultado obtido. Se formos medalha é uma loucura, ficamos quase sem agenda durante uma semana. Passado esse tempo voltamos

⁶⁴ Ver questão 7 do guião 1

a cair no esquecimento para os media. Se não formos medalha raramente se mostram interessados. Um atleta é feito de resultados e se não houver resultados não é falado. São precisos muitos resultados para que se lembrem de nós com frequência e fora do calendário competitivo”.

- Francisca Laia, Canoagem

“Em 2013 fui campeã regional e tive o convite da rádio local para uma entrevista e também fui entrevistada para o jornal regional. Não voltei a ser contactada. Após competições raramente os media estão presentes, exclusivamente nesta prova na Barragem do Cabril aconteceu”.

- Rita Colaço, Pesca Desportiva

“Quando as competições correm bem a adesão é maior, mas quando corre mal quase que se esquecem que existo, mas isso faz parte”.

– Patrícia Mamona, Atletismo

“Depende também dos resultados que se tem. Mesmo que se dê uma entrevista, mas se não deres a conhecer «quem és tu» e se não tiveres um bom resultado, não há entrevistas que salvem”.

- Naide Gomes, Atletismo

“Nota-se nas redes sociais que, após uma entrevista/competição, aumenta logo os seguidores, há muita gente a mandar mensagens, mas depois acalma um pouco”.

- Sara Moreira, Atletismo

Na próxima questão, tentámos saber as *principais diferenças entre o desporto feminino e o desporto masculino*. Os dois jornalistas explicaram que são “mundos diferentes”. Se por um lado existe a diferença em termos “anatômicos/fisiológicos” por outro existe a diferença nas próprias “remunerações, apoios e condições”⁶⁵.

“Depende muito das modalidades em questão, mas, no geral, são realidades diferentes. Por exemplo, no que diz respeito ao futebol feminino, nota-se que existe uma evolução nos últimos anos, não só a nível competitivo, como também mediático. As pessoas interessam-se mais pela modalidade e essa mudança também se deve ao papel dos meios de comunicação. Contudo, são mundos distintos em todos os sentidos – remunerações, apoios e condições”.

– Fábio Aguiar, Record

⁶⁵ Ver questão 2 do guião 2

“As diferenças existentes têm meramente a ver com as diferenças entre homem e mulher em termos anatómicos/fisiológicos e de competências físicas/mentais. A mulher não é tão forte fisicamente, há questões hormonais, que fazem o desporto feminino ser mais técnico e tático de uma forma muito geral. Gerem também emoções de formas diferentes, isso não faz o desporto feminino melhor ou pior do que o masculino”.

- Ana Proença, O Jogo

No que diz respeito à *discriminação*, as atletas admitem que, pessoalmente, não sentem qualquer tipo de diferenças. No entanto, poderá haver pequenas exceções, ou porque é uma modalidade menos falada, ou porque existem mais homens que mulheres nesse desporto⁶⁶.

“Pessoalmente não. Mas como praticante do futebol feminino, sim, sinto-me muitas vezes discriminada. Por exemplo na transmissão em direto pela RTP1 da Final da Taça de Portugal (Sporting vs. Braga), interromperam a transmissão para passar um concerto em direto”.

- Ana Lopes, Futsal

“Não, pelo contrário. Muitas vezes tenho amigos que jogam andebol que valorizam o esforço que fazemos e a falta de visibilidade que nos dão, por exemplo. Infelizmente já ouvi um ou outro comentário menos bonito. Nota-se que há uma discriminação muito grande quando para veres um jogo de masculinos, a pagar entrada muitas vezes o pavilhão estão cheios e nos femininos que a entrada é grátis muitos pavilhões tem 10 pessoas”.

- Soraia Lopes, Andebol

“Não, nunca me senti discriminada”.

- Naide Gomes, Atletismo

“Não. Quando falam comigo por vezes acontece falarem mais nos homens que nas mulheres, mas discriminada não”.

- Francisca Laia, Canoagem

“Nunca me senti discriminada”.

- Patrícia Mamona, Atletismo

“Nunca me senti discriminada por qualquer meio de comunicação, colegas ou adeptos, antes pelo contrário. Como poucas são as mulheres que pertencem a este mundo da pesca ao achigã, apercebo-me que existe orgulho da parte dos atletas masculinos ao ter o sexo oposto a apostar nesta modalidade”.

- Rita Colaço, Pesca Desportiva

⁶⁶ Ver questão 8 do guião 1

“Há uns anos lembro-me que em provas de estrada havia pessoas que comentavam, mas nada de muito grave”.

- Sara Moreira, Atletismo

No entanto, há uma diferenciação de géneros no desporto. Mas porquê? Serão só os meios de comunicação social que têm de agir? Ou a população também tem que agir? A atitude pode e deve ser mudada e poderá ser uma questão de “hábito”⁶⁷. Esta questão aborda as possíveis soluções para contrariar a invisibilidade da mulher desportista nos media.

“Só eu não consigo. Não pode ser uma atitude singular. Tem que ser uma mudança geral na mentalidade de quem gere. Ou a modalidade começar a ter outras dimensões, principalmente financeiras”.

- Ana Lopes, Futsal

“Primeiro passa por nós, mulheres, valorizarmo-nos mais, termos que exigir o que também acaba por ser nosso por direito, passa por quem trabalha connosco ter essa sensibilidade e ir em busca de uma maior igualdade, passar mais informação sobre cada atleta, cada jogo e com isso pressionar a Comunicação Social. Agora ainda podem usar aquela mítica desculpa, «procuramos, mas não encontramos nada sobre isso», se lhes dermos as informações necessárias aí podemos exigir mais”.

– Soraia Lopes, Andebol

“É importante continuarmos a dar o nosso melhor e a tirar resultados positivos para que comecem a reparar e apostar. Como disse é um longo caminho, mas é possível ser percorrido. São precisas mais iniciativas como estas”.

- Francisca Laia, Canoagem

“No meu ver não são só os meios de comunicação que têm a obrigação de mudar em relação ao desporto no feminino, falando desta modalidade, da pesca ao achigã, as mulheres que sentem interesse e gostem de pesca, devem aderir mais. Tenho a certeza que seriam bem-recebidas e nesta modalidade desportiva, a mulher teria mais visibilidade. Já não existe desporto só para homens”. - Rita Colaço, Pesca Desportiva

⁶⁷ Ver questão 11 do guião 1 e questão 5 do guião 2

“É uma situação que vai levar muito tempo. Tem também a ver com a forma como as mulheres conseguirem ao longo dos tempos, transformarem o desporto. Agora há mais mulheres no desporto. Acho que também tem a ver com a prática, se mais mulheres praticarem, mais mulheres conseguirem resultados, automaticamente a comunicação social vai ter que dar mais destaque às mulheres e o povo vai comprar mais”.

- Sara Moreira, Atletismo

“Passa por alguém tomar uma iniciativa. É difícil mudar isso, apostarem mais nas modalidades, o povo quer é futebol é a verdade nua e crua. Se alguém se chegasse à frente, iriam perder público, dinheiro e demoravam imenso tempo que isso mudasse. Era um processo muito longo, não sei se há alguém que está disposto a isso, não é impossível, mas é complicado”.

- Naide Gomes, Atletismo

“Acho que deviam investir um pouco mais nas outras modalidades. Têm de ter a coragem de perderem um bocadinho a parte monetária, porque em principio não deve vender mais. Têm de se começar em algum ponto. Se querem vender mais com as mulheres têm que falar mais nas mulheres. Também se deve habituar o público e mudar um bocado as mentalidades. Se a oferta for só, por exemplo, capas de mulheres, o público não tem outra opção. Depois chega ao ponto que a pessoa se habitua e se aparecer homem ou mulher é indiferente”.

– Patrícia Mamona, Atletismo

“Independentemente das medidas, quem ‘manda’ é o público. Claro que os meios de comunicação têm a missão de ‘educar’ as pessoas, mas esse é um processo que demora muito tempo. Dar voz às atletas, dedicar-lhes um maior espaço no universo mediático e dar a conhecer as suas histórias já seriam passos bastante importantes. Uma das provas recentes de que isso está a ser feito é a cobertura do Campeonato da Europa de Futebol Feminino, em o Record esteve presente”.

- Fábio Aguiar, Record

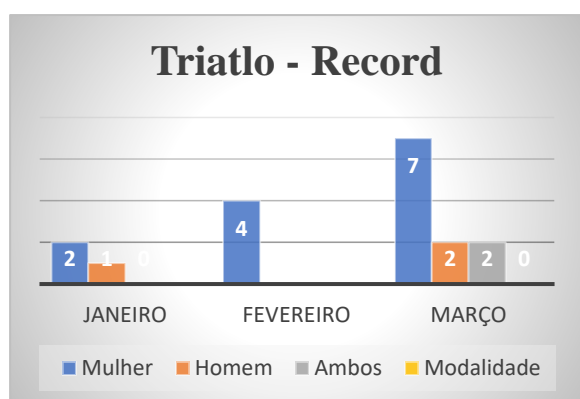
“É um caminho evolutivo, que pode ser trabalhado se os jornalistas forem dando, de forma progressiva, mais destaque ao desporto feminino, contando histórias interessantes, com que as pessoas se identifiquem e/ou admirem”.

– Ana Proença, O Jogo

Comparando agora com a análise efetuada aos dois sites desportivos, nota-se que para além da discrepância entre géneros, existe também uma grande diferença no tratamento das diferentes modalidades. Como se verificou nas entrevistas o desporto rei é o futebol, no entanto existem outras que merecem o mesmo respeito e tratamento jornalístico e foi por isso que deixámos de lado o futebol e nos dedicámos às outras modalidades. Há, claramente, modalidades onde o homem é dominante e onde não existem muitas mulheres. Mas há outras onde a igualdade, em números, é idêntica. Porém, existem também desportos, como a ginástica, onde é visível a presença das mulheres, esmagadora por sinal, no entanto, não existem notícias suficientes desta modalidade.

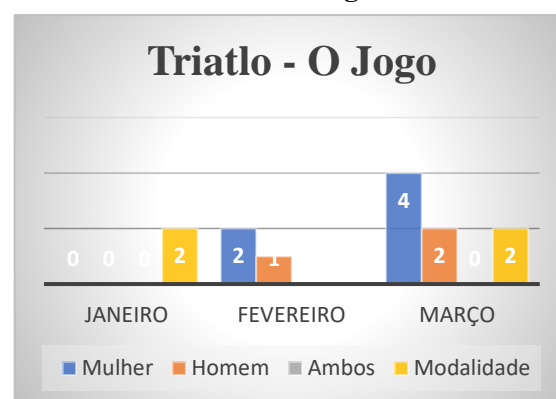
A análise efetuada concluiu que o triatlo é das modalidades onde mais se falava nas mulheres, embora haja poucas notícias sobre este desporto (ver gráficos 1 e 2)⁶⁸.

Figura 1. Número de notícias por género e modalidade – Triatlo/Record



Fonte: Site do Jornal Record. Cátia Coelho, 2017

Figura 2. Número de notícias por género e modalidade – Triatlo/O Jogo

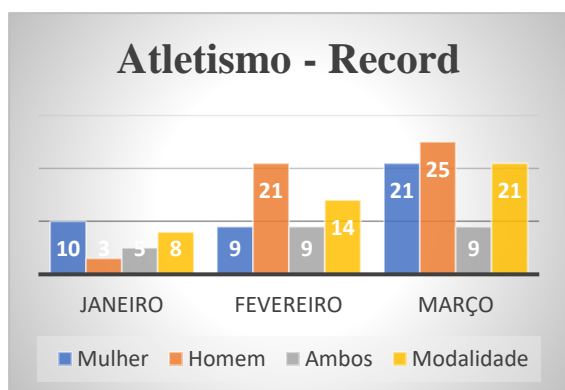


Fonte: Site do jornal O Jogo. Cátia Coelho, 2017

Num total de três meses, o Record deu destaque à mulher 13 vezes enquanto o Jogo deu seis, quase metade do jornal anterior. No que toca à igualdade, o atletismo é, sem dúvida, o desporto onde se vê claramente um equilíbrio entre géneros. Aqui é também onde se nota uma maior coerência entre os dois jornais em termos de números de notícias (ver figura 3 e 4).

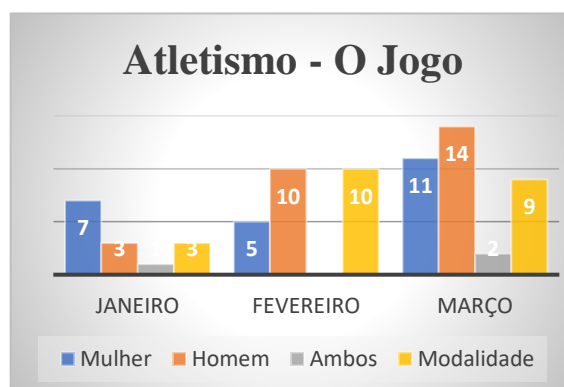
⁶⁸ Ver mais gráficos em anexo

Figura 3. Número de notícias por género e modalidade – Atletismo/Record



Fonte: Site do Jornal Record. Cátia Coelho, 2017

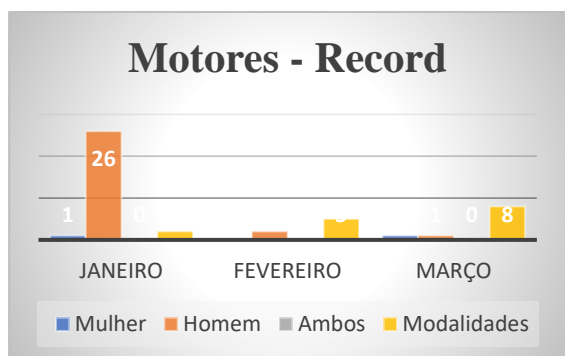
Figura 4. Número de notícias por género e modalidade – Atletismo/O Jogo



Fonte: Site do jornal O Jogo. Cátia Coelho, 2017

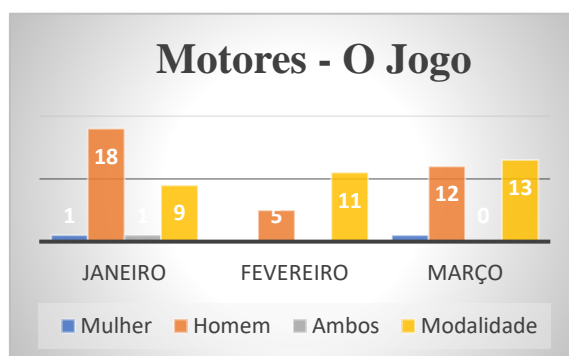
Já no que diz respeito ao género masculino, este domina sobretudo os motores. O Jogo dá grande destaque a esta modalidade, sendo uma das mais faladas. É visível um maior número de notícias deste jornal quando comparado ao Record. No entanto, mulheres, é quase nulo. Também por esta ser um dos ditos desportos “para homens”, se bem que também grandes mulheres a praticar a modalidade (ver gráfico 5 e 6).

Figura 3. Número de notícias por género e modalidade – Motores/Record



Fonte: Site do Jornal Record. Cátia Coelho, 2017

Figura 4. Número de notícias por género e modalidade – Motores/O Jogo



Fonte: Site do jornal O Jogo. Cátia Coelho, 2017

5. Conclusão

Se por um lado a igualdade de género está reconhecida na Constituição da República Portuguesa, por outro ainda existem situações, como a deste tema, onde ela não se verifica. Importa aqui que os meios de comunicação reconheçam que devem dar o devido reconhecimento a todos os atletas, mas também o público precisa de aceitar que o desporto não incide só no futebol. Deste modo, e com base nos vários autores referidos ao longo da revisão da literatura, esboçamos a nossa problemática, sendo que, em tempos antigos, a mulher era “desaconselhada a desenvolver uma atividade desportiva que se considerava uma área reservada aos homens” (Marivoet, 2002: 50). Os tempos mudaram e agora as mulheres têm praticado cada vez mais desporto, pondo de parte o mítico “papel das mães e donas de casa” (*Idem*). Existem 566.366 atletas federados em Portugal⁶⁹, 156.013 são mulheres e entre as modalidades com mais federados encontramos o futebol com 155.401 federados e o voleibol com 23.314 mulheres federadas. Mas por mais que o desporto não se defina por género, continua a existir quem olhe para este como uma “coisa para homens”.

Ao analisarmos este tema conseguimos concluir que a discriminação, a falta de apoio e remunerações, são alguns dos fatores que estão no “topo da lista”, tal como referiram os entrevistados. Com o decorrer deste trabalho, conseguimos alcançar conceitos que são fundamentais para perceber melhor esta temática, a igualdade de género é um dos principais. Recordando as palavras de Manuela Silva (2002), a igualdade de género “implica que às mulheres seja conferido poder suficiente de modo a que possuam real capacidade para afirmar na sociedade, em paralelo com os seus pares masculinos”. A igualdade deve ser concebida em todos os termos, assim como no trabalho. Existem leis que definem essa igualdade no trabalho e ainda a liberdade de escolha de profissão e acesso à função pública. Por mais que se queira difundir a ideia de que todos temos os mesmos direitos, sem os meios de comunicação social não era possível. E é neste ponto que centramos também as atenções para o jornalismo em Portugal. Aqui, também as mulheres têm uma palavra a dizer, pois “é sobretudo entre as mulheres jornalistas que se encontram os maiores níveis de habilitação académica” (Silveirinha, 2017: 30). Mas aqui também importa sublinhar a imagem com que esta é representada nos meios de comunicação.

⁶⁹ Dados de 2015. Disponíveis em <http://www.idesporto.pt/>

Maria João Silveirinha, reforça que

muitas vezes a questão do sexismo no conteúdo e na representação dos media é confundida com debates sobre pornografia e, portanto, enquadrada como questões de censura. Contra evidências óbvias, a indústria afirma que a autorregulação é suficiente para equilibrar representações e conteúdo. Além disso, o sector dos meios de comunicação tem resistido fortemente a quaisquer políticas de integração da perspectiva do género. (2017: 46)

Já na prática desportiva, nos últimos anos são cada vez mais as mulheres que têm vindo a mostrar que também elas conseguem resultados iguais ou melhores que os homens, seja a nível individual ou de equipa. Como refere Manuela Silva (1999) “a igualdade dos sexos não é a sua similitude ou identidade, nem tão pouco que se tomem como norma as condições e o modo de vida dos varões”⁷⁰. Tendo em conta que a nossa investigação pretendia estudar a mulher desportista e a representação que esta tem nos meios de comunicação social, depois da revisão da literatura decidimos entrevistar atletas e jornalistas. Eles, melhor do que ninguém, saberão dar uma justificação para a existência da discrepância nas notícias dos jornais sobre este assunto. Conseguimos apurar, com as entrevistas realizadas, que para além de alguma invisibilidade das atletas femininas também existe uma desigualdade entre as diversas modalidades. Com os dados que recolhemos através dos sites desportivos, é visível nas figuras apresentados⁷¹ a disparidade de informação, tanto a nível de género como a nível de modalidades. Sabíamos, desde o início, que se falássemos também de futebol nesta investigação ele iria “rebentar a escala”, sendo que este ganharia nos dois níveis (género masculino e modalidade). Depois deste, o atletismo é, sem dúvida, dos desportos mais abordados pelos *media* em Portugal. É das modalidades que tem conquistado mais medalhas nos últimos anos e, talvez por essa razão, seja também mais vezes comentada. O facto de existirem mais ou menos medalhas numa modalidade, faz com que essa seja mais ou menos vezes reconhecida, não só pela parte da comunicação social como também pelo público. Porém, se por um lado algumas medalhas de ouro conquistam a memória dos portugueses, outras nem tanto, é o chamado “depende das modalidades”. Vejamos a outra vertente, o desporto “só para homens”, que já não existe. Se observarmos desportos como os motores, estes são tidos como masculinos, implicam perícia, velocidade, radicalidade, pó, aventura... tudo o que poderá corresponder a

⁷⁰ Silva, Manuela. (1999). A igualdade de género : caminhos e atalhos para uma sociedade inclusiva. Lisboa: Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres

⁷¹ Resultado da análise de conteúdo. Ver anexo

um homem. Mas há uma novidade que muitos desconhecem: há mulheres que praticam este desporto e portuguesas! Notícias? São muita raras, mas as mulheres existem e têm tanta garra como eles.

O desporto, e em especial os desportos coletivos desenvolvidos num quadro competitivo, têm vindo a veicular, de forma hegemónica, o ideal de masculinidade, a capacidade de luta e força como símbolos de virilidade, que se traduzem no poder e no domínio na esfera da personalidade e das relações sociais, permitindo a revalidação da sua supremacia física, enquanto o ideal de feminilidade se circunscrevia à graça e à beleza do corpo da mulher, como objeto, segundo o olhar masculino numa dimensão de subserviência face a este (Marivoet, 2002: 50).

E é aqui que entra a representação da mulher desportista. Concluimos que uma mulher para ser “capa de revista” e ser “regularmente falada”, irá ter que ganhar o dobro das medalhas, dar o dobro das entrevistas e aparecer o dobro das vezes, portanto. Com base ainda nas entrevistas realizadas, esta poderá ser uma questão de hábito, -dos media e do público. Os media porque inicialmente terão de abdicar mais do futebol, (o que irá influenciar, muito provavelmente, nas contas) e o público porque terá de perceber que existe um mundo para além do futebol. Claro que o que se pede não é uma extinção do futebol, é só a mudança de algumas publicações. Em jeito de exemplo, os media não se podem limitar a notícias durante dois dias com o título “Telma Monteiro conquista medalha de ouro” e uma semana depois, um mês depois, dois meses depois, nunca mais se ouve falar da Telma Monteiro, a não ser quando ganha novamente. O exemplo é similar a todas as atletas femininas. O público tem que se habituar, tem que saber mais, ler e ver mais sobre as equipas femininas.

Como forma de ajudar e apoiar todas as mulheres desportistas, a Comissão Executiva do Comité Olímpico de Portugal criou a Comissão Consultiva Permanente “Mulheres e Desporto”. Existente desde 2013, esta tem como objetivo “contribuir para a promoção e desenvolvimento da participação das mulheres no desporto, negando a sua discriminação desde a prática efetiva até à tomada de decisão, e como objetivo específico pugnar pela igualdade de condições e direitos no alto rendimento, assim como pela melhoria do estatuto sócio desportivo das atletas”⁷². Desta forma, a comissão disponibiliza-se para “receber denúncias ou relatos de situações discriminatórias”, ajudando a resolver o caso da melhor forma, com um conjunto de iniciativas.

⁷² Disponível em: comiteolimpicoportugal.pt/

Ao longo da investigação deparámo-nos com dificuldades, entre elas, como já referido, a falta de fontes sobre a mulher desportista nos meios de comunicação social. Este foi um ponto negativo da investigação ao qual tentámos combater com a ajuda das entrevistas e da análise de dados. Face aos dados recolhidos, considerámos que existem ainda diferenças no tratamento dos géneros. Salientamos então a importância de difundir as modalidades, dar a conhecer ao público cada uma delas, com o apoio de reportagens, crónicas e opiniões, artigos que cativem o público, que captem a atenção, assim como as atletas femininas, elas existem, têm garra, têm vontade de lutar e vencer e têm ainda mais força para serem reconhecidas, com o seu devido esforço, dedicação e mérito.

6. Bibliografia

- Amâncio, Lúcia (1994) Masculino e feminino: a construção social da diferença. Porto, Edições Afrontamento.
- Amâncio, Lúcia, et al (2007) O longo caminho das mulheres: feminismos 80 anos depois. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Associação Portuguesa Mulheres e Desporto (2009). Desporto na escola : educando para a igualdade . Lisboa: Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género.
- Bardin, Laurence. (2004). Análise de conteúdo. Tradução de Luis Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70.
- Berger, Peter e Thomas Luckmann (2005). A construção social da realidade : tratado de sociologia do conhecimento. Tradução de Floriano Fernandes. Petrópolis: Vozes.
- Brandão, Nuno Goulart, Os telejornais da televisão generalista portuguesa: importantes encontros quotidianos com a atualidade e para a construção social da realidade. 2005. Tese de doutoramento – ISCTE, Lisboa.
- Castanheira, José Pedro (2004). No reino do anonimato: estudo sobre o jornalismo online. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Cerqueira, Carla Braga (2008). A Imprensa e a Perspectiva de Género. Quando elas são notícia no Dia Internacional da Mulher. Universidade do Minho, Portugal
- Comissão das Comunidades Europeias. (2006). Roteiro para a Igualdade entre homens e mulheres 2006 - 2010.
- Comissão Europeia. (2008). Manual para a integração da dimensão da igualdade de género nas políticas de emprego. Lisboa: Trilhos da igualdade.
- Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género (2012). Igualdade de género em Portugal : 2011. Lisboa, Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género.
- ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2014) Públicos e consumos de Média: O consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais de dez países. Lisboa – ERC
- Ferrando, Manuel García (1990) Aspectos Sociales Del Deporte: una reflexión sociológica. Madrid, Alianza Editorial.

- Ferreira, Virgínia e Rosa Monteiro (2013). Trabalho, igualdade e dialogo social: estratégias e desafios de um percurso. Lisboa: CITE - Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego: Estudos
- Januário, Soraya Maria Bernardino Barreto, Género e Media: estereótipos das masculinidades na publicidade das revistas masculinas em Portugal. 2013. Tese de doutoramento - Universidade Nova de Lisboa.
- Marivoet, Salomé. (2001). Hábitos desportivos da população portuguesa : estudo da procura da prática desportiva. Lisboa: Instituto Nacional de Formação e Estudos do Desporto.
- Marivoet, Salomé (2002) Aspectos Sociológicos do Desporto: Cultura Física. Lisboa: Livros Horizonte.
- Matos, José, Carla Baptista e Filipa Subtil (2017) A Crise do Jornalismo em Portugal. Deriva Editores.
- Neves, José e Nuno Domingos (2011). Uma história do desporto em Portugal: Corpo, Espaço e Média. Quidnovi.
- Portugal. Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres (2004) Plano Nacional para a Igualdade 2003-2006. Lisboa: Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres.
- Silva, Manuela (2002). A igualdade de género : caminhos e atalhos para uma sociedade inclusiva. Lisboa: Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres.
- Silva, Maria Beatriz Nizza da e Anne Cova (1998). Estudos sobre as mulheres. Lisboa: Universidade Aberta: Coleção de Estudos Pós-Graduados.
- Ribeiro, Silvana Mota e Zara Pinto Coelho (2005) Imagens de mulheres na imprensa portuguesa. Universidade de Aveiro.

Referências Online

- Cádima, Francisco Rui; Luís Oliveira Martins e Marisa Torres da Silva (2016). “Os media e o pluralismo em Portugal”. (2016) Universidade de São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da USP. Disponível em:
<https://run.unl.pt/bitstream/10362/22890/1/CIC.Digital_Francisco_Rui_C_dima_Lu_s_Oliveira_Martins_Marisa_Torres_da_Silva_O_media_e_o_pluralismo_em_Portugal_.pdf> [Consultado a 23 de setembro de 2017]

- Canavilhas, João, Retrato dos jornalistas online em Portugal. 2005. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-retrato-jornalistas-online-portugal.pdf> [Consultado a 12 de setembro de 2017]
- CIG, Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género. Disponível em: [<https://www.cig.gov.pt/>](https://www.cig.gov.pt/) [Consultado a 25 de setembro de 2017]
- CITE, Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego. Disponível em: [<http://cite.gov.pt/>](http://cite.gov.pt/) [Consultado a 25 de setembro de 2017]
- Instituto Nacional de Estatística (INE), Dossiê de Género, Lisboa. Disponível em: [<http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_perfgenero&menuBOUI=13707294>](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_perfgenero&menuBOUI=13707294) [Consultado a 21 setembro de 2017]
- Instituto Português do Desporto e Juventude, I.P., Estatísticas do Desporto. Disponível em: [<http://www.idesporto.pt/conteudo.aspx?id=103>](http://www.idesporto.pt/conteudo.aspx?id=103) [Consultado a 21 de setembro de 2017]
- Kumari, Kapalna. (2016.). Role of media in shaping the image of wo. AISECT University. Disponível em: [<ROLE_OF_MEDIA_IN_SHAPING_THE_IMAGE_OF_WO.pdf>](ROLE_OF_MEDIA_IN_SHAPING_THE_IMAGE_OF_WO.pdf) [Consultado a 22 de setembro de 2017]
- O Jogo. (1985). Disponível em: <http://www.ojogo.pt/> [Consultado a 1 de setembro de 2017]
- Record. (1949). Disponível em: <http://www.record.xl.pt/> [Consultado a 1 de setembro de 2017]
- Silveirinha, Maria João (2017) Media & Jornalismo: Mulheres e Media. Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra. Disponível em [<http://impactum-journals.uc.pt/mj/issue/view/264>](http://impactum-journals.uc.pt/mj/issue/view/264) [Consultado a 19 de outubro de 2017]

Anexos

Figuras

Como referido anteriormente, esta análise decorreu num período de três meses, a dez modalidades, a dois sites desportivos portugueses, Record e O Jogo. Aqui, é de salientar as diferenças que existem não só em géneros, mas também nas modalidades.

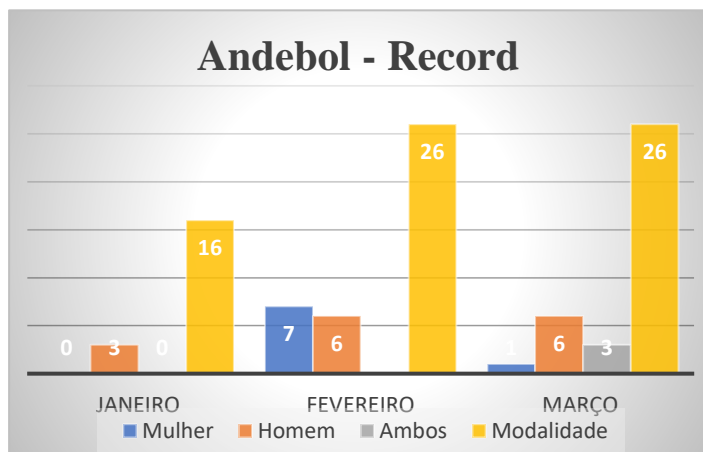


Figura 1 – Andebol no site Record. A modalidade e, por sua vez, os clubes, foram maioritariamente referidos. Neste caso, as poucas notícias que existem sobre a modalidade feminina são, em grande parte, relativas ao acidente rodoviário na A1 com o autocarro que transportava a equipa.

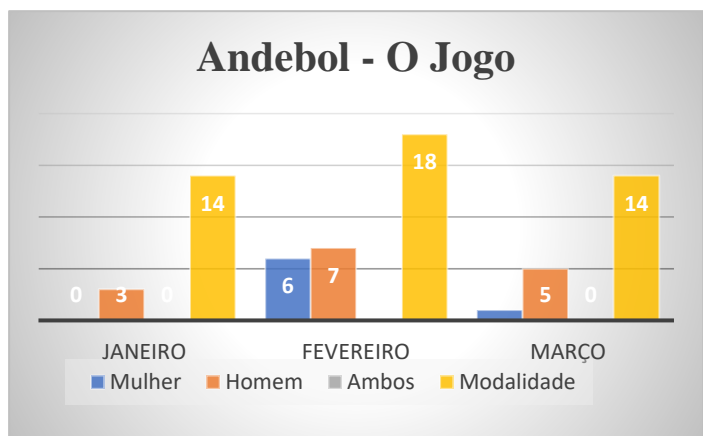


Figura 2 - Andebol no site O Jogo. Situação semelhante, porém, número ligeiramente inferior de notícias da modalidade.

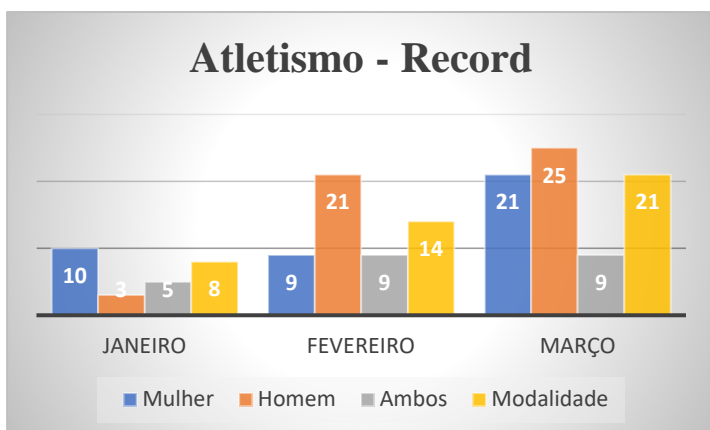


Figura 3 - Atletismo no site Record. É a modalidade com mais conteúdos noticiosos. No geral, é visível o equilíbrio entre modalidade e géneros.

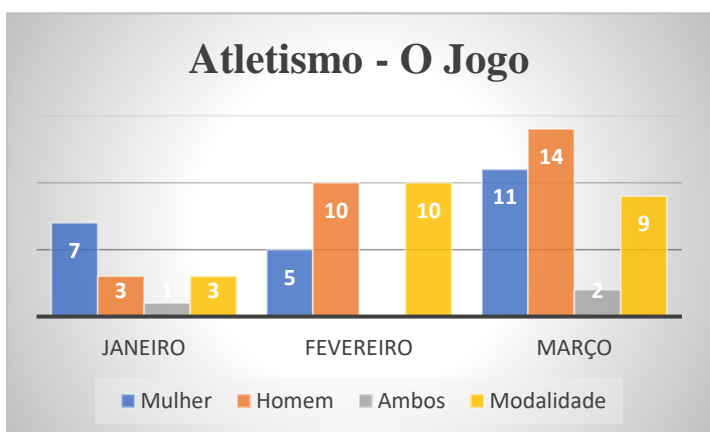


Figura 4 - Atletismo no site O Jogo. Igualmente a modalidade mais falada, num modo geral sem grandes discrepâncias entre homem/mulher.

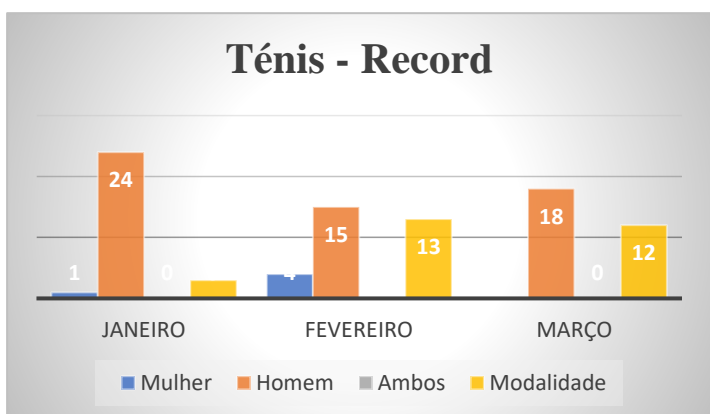


Figura 5 – Ténis no site Record. Uma modalidade com um bom destaque, no entanto sem grandes conteúdos sobre o sexo feminino. Género masculino e a modalidade com maior destaque.

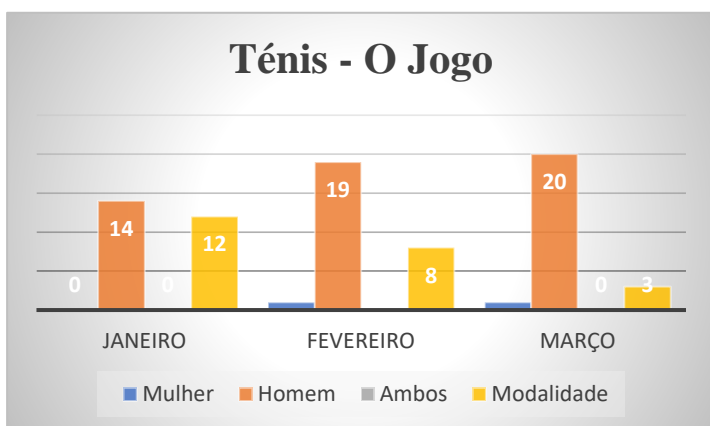


Figura 6 – Ténis no site O Jogo. Género masculino a dar conta do site O Jogo na modalidade Ténis. Duas notícias de atletas femininas contra 53 de atletas masculinos.

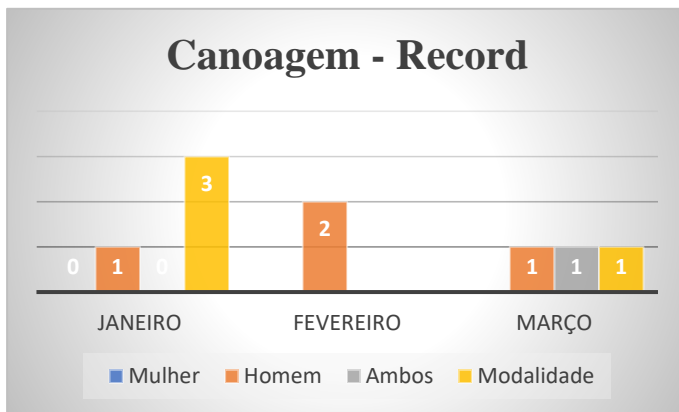


Figura 7 – Canoagem no site Record.

Fevereiro, duas notícias do género masculino. Uma modalidade que cada vez mais está na “fila da frente” e, no início deste ano, raramente foi tema de notícia. Sendo que as atletas, em três meses, nunca foram faladas.

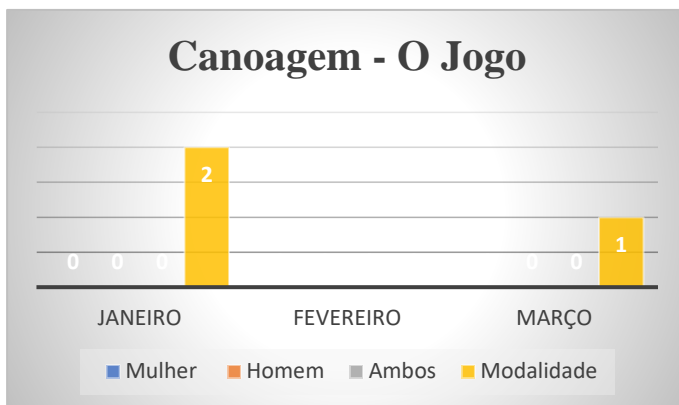


Figura 8 – Canoagem no site O Jogo.

Três notícias, em três meses e sobre a modalidade no seu geral.

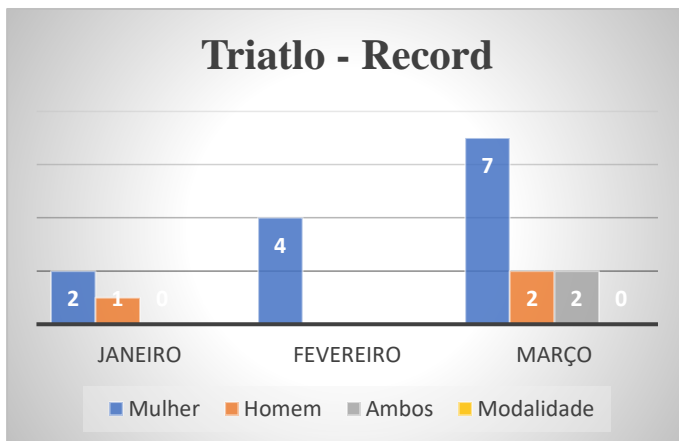


Figura 9 – Triatlo no site Record.

É visível um maior número de notícias das atletas femininas. Ainda assim é uma modalidade pouco comentada.

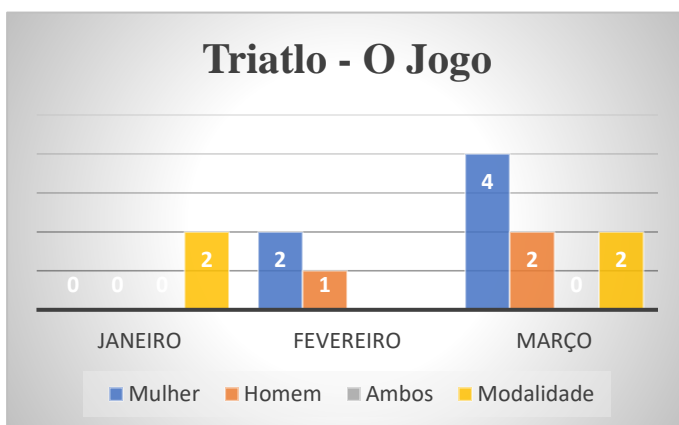


Figura 10 – Triatlo no site O Jogo.

A mulher é o género dominante, ainda assim poucos conteúdos noticiosos sobre o Triatlo.

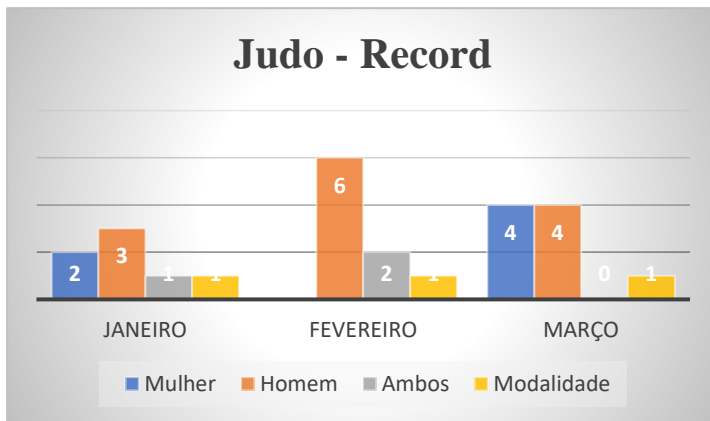


Figura 11 – Judo no site Record. Notícias equilibradas entre gênero e modalidade, à exceção do mês de fevereiro. Porém, esta é outra modalidade que é fonte de poucas notícias.

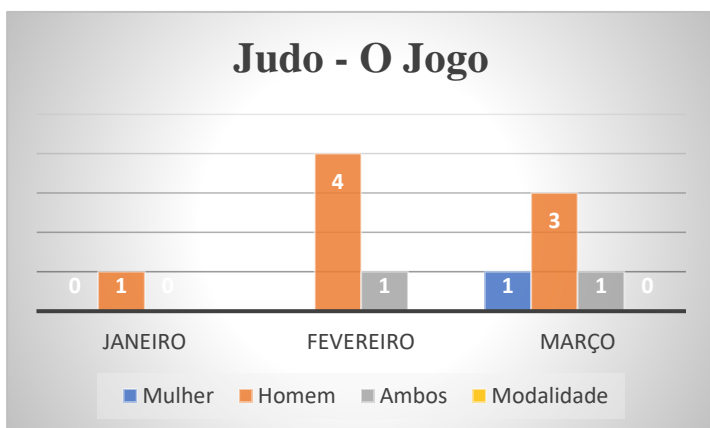


Figura 12 - Judo no site O Jogo. Gênero masculino a dominar as notícias nestes três meses, com apenas uma notícia de uma atleta feminina. Três meses, 11 notícias.

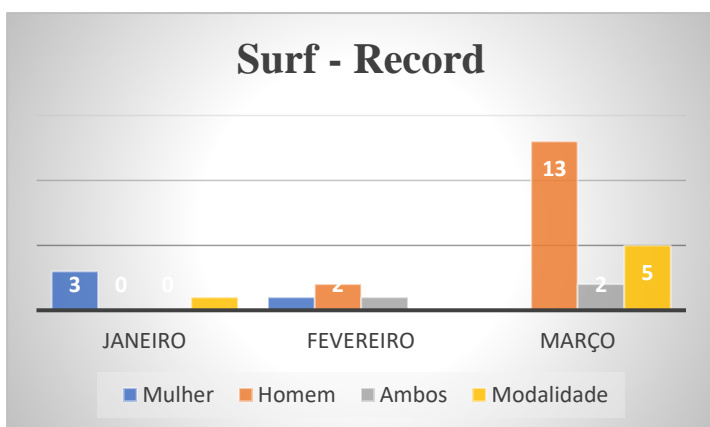


Figura 13 – Surf no site Record. Mais uma modalidade que está “na moda” e que é “desprezada”. Sexo feminino claramente pouco falado, apenas no mês de março de falou mais da modalidade.

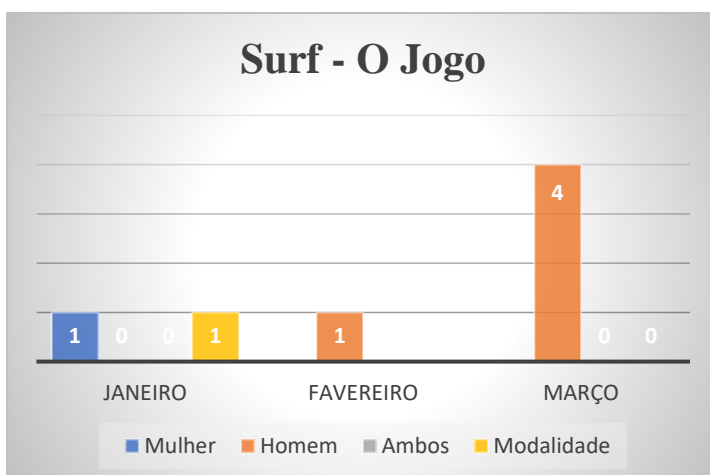


Figura 14 – Surf no site O Jogo. Ainda assim o site Record comenta mais esta modalidade. É visível o menor destaque ao Surf.

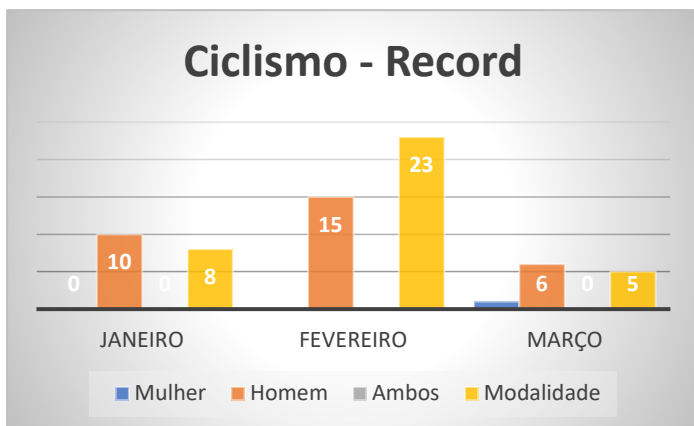


Figura 15 – Ciclismo no site Record. Uma modalidade com maior destaque, para o género masculino e para a modalidade.

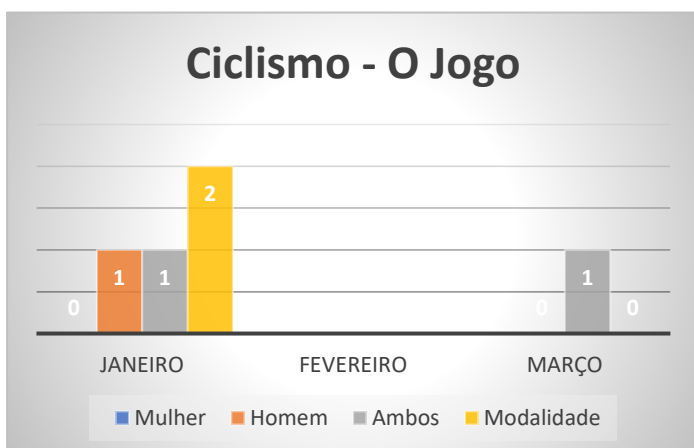


Figura 16 – Ciclismo no site O Jogo. Ciclismo sem grandes destaques por parte do jornal O Jogo.

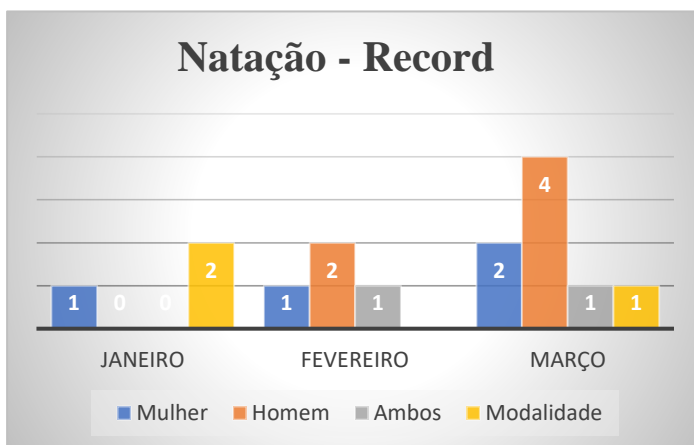


Figura 17 – Natação no site Record. Um desporto com mais equilíbrio ainda assim muito pouco abordado.

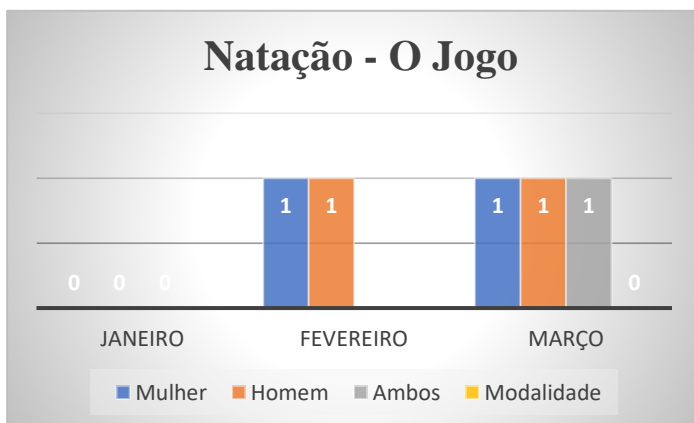


Figura 18 – Natação no site O Jogo. Uma clara diferença entre os dois sites, O Jogo a falar 5 vezes de natação contra 15 do Record.

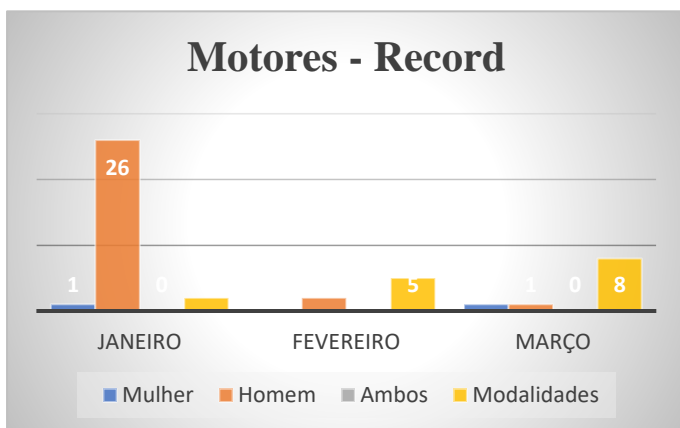


Figura 19 – Motores no site Record. Record a dar menos destaque a esta modalidade, ao contrário do jornal O Jogo. Janeiro foi o mês principal, também devido ao Dakar 2017.

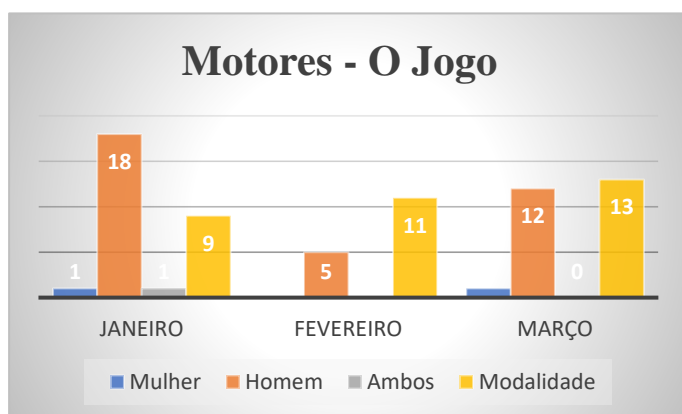


Figura 20 – Motores no site O Jogo. O Jogo a dar um claro destaque a esta modalidade. Com uma maioria de notícias do género masculino e da modalidade em si.

Entrevistas

De seguida são apresentados dois quadros onde relatam a biografia das atletas e jornalistas entrevistados para esta investigação.

Biografia das atletas entrevistadas

Atleta	Modalidade	Biografia
Ana Lopes	Futsal	Fisioterapeuta de profissão e natural de Pedrógão Grande, Ana Lopes tem 28 anos e conta com diversas participações na Seleção Nacional de futebol de 11. Para além disso, passou pelos clubes Cadima, Atl Ouriense e, o mais recente, onde joga atualmente, União Ferreirense.
Francisca Laia	Canoagem	Francisca Laia tem 23 anos, é atleta olímpica e a sua modalidade é a canoagem, no Sporting Clube de Portugal (SCP). Natural de Abrantes, Francisca é estudante de medicina na Universidade de Coimbra e já conquistou diversas medalhas, tendo participado nos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro, em 2016.
Naide Gomes	Atletismo	Nascida em São Tomé e Príncipe, Naide Gomes deixou a sua carreira no atletismo aos 35 anos devido a uma lesão prolongada. Até à data, Naide Gomes tinha alcançado 11 medalhas, e muitas mais vitórias na modalidade.

Patrícia Mamona	Atletismo	Natural de Lisboa, Patrícia Mamona, de 29 anos, é atleta no SCP e é uma referência no triplo salto. Já conta com duas participações nos Jogos Olímpicos, Londres e Rio de Janeiro, onde conquistou um 13º lugar e um 6º lugar, respetivamente. Com várias medalhas no seu histórico, destaca-se, em 2011, a medalha de prata nas Universíadas, em Shenzhen, em 2016, nos Europeus de Atletismo de Amesterdão, uma medalha de ouro e mais recentemente, 2017, tornou-se campeã da Europa de pista coberta, em Belgrado.
Rita Colaço	Pesca Desportiva	Campeã Regional em 2013, Rita Colaço é de Castro Verde, tem 31 anos e começou a praticar a Pesca Desportiva em 2009. Integrada na equipa da Associação de Moradores do Bairro dos Bombeiros, Rita Colaço admite que esta é uma modalidade onde ainda se vê poucas mulheres.
Sara Moreira	Atletismo	Sara Moreira, é perita nos 3000m obstáculos e em provas de fundo. Com 31 anos, esta atleta já conquistou diversas medalhas e atualmente representa o SCP. Natural de Santo Tirso, Sara Moreira é a prova viva de que uma “pausa para ser mãe” não impede, em nada, regressar e continuar a correr pelo sonho.
Soraia Lopes	Andebol	Algarvia de natureza, Soraia Lopes tem 27 anos e começou a sua carreira no Lagoa Académico Clube, passou pelo Gil Eanes onde conquistou vários títulos e embarcou numa viagem até à ilha onde jogou no Madeira Andebol SAD. De seguida, chegou a vez do estrangeiro onde jogou no Clube Balonmano Porriño e agora joga no CB Mavi Nuevas Tecnologias La Calzada. Para além deste clube, está também presente na Seleção Nacional, desde os 14 anos.

Quadro 1 - Fonte: Cátia Coelho, 2017

Biografia dos jornalistas entrevistados

Jornalista	Jornal	Biografia
Ana Proença	O Jogo	Ana Proença já tem um vasto currículo no mundo do jornalismo. Para além de assessora de comunicação e produtora de conteúdos, esta jornalista já passou pelas revistas Mundial, Domingo, Casas de Portugal, Notícias Magazine e ainda pelo Diário Económico e pelo site InforDesporto. Neste momento é jornalista no jornal O Jogo, desde 2002, onde produz notícias e conteúdos para o site e onde é também autora de uma rubrica semanal e editora da secção de domingo Área J.
Fábio Aguiar	Record	Natural de Oleiros, Fábio Aguiar começou a carreira durante o seu percurso académico. Passou pela TV AAC, pelo jornal A Cabra e ainda pelo site de apostas Método Dinheiro. Desde 2013 que é jornalista no jornal desportivo Record onde mostra diariamente a sua paixão pelo desporto, designadamente pelo futebol, mas não só.

Quadro 2 - Fonte: Cátia Coelho, 2017

As entrevistas foram previamente acordadas, algumas delas feitas pessoalmente outras através de e-mail devido à falta de compatibilidade de horários e distâncias. O guião foi estruturado e enviado às atletas (no caso do e-mail). As entrevistas presenciais foram gravadas e tiveram uma duração de cerca de 15 minutos. No caso dos jornalistas, as entrevistas foram também previamente enviadas e respondidas através do e-mail, pelas mesmas razões.

1 - Guião da Entrevista – Atletas

1/ Como acha que os media tratam o tema “desporto feminino”?

2/ O facto de não existirem muitas mulheres no desporto, é uma questão cultural?

3/ TV, Online ou Imprensa? Qual dá mais destaque ao desporto? E às mulheres atletas?

4/ A principal diferença entre os meios de comunicação social generalistas e os desportivos?

Impacto

5/ Depois de uma grande entrevista num meio de comunicação, tem mais convites por parte de outros meios? (para outras entrevistas, sessões fotográficas, presenças em eventos desportivos...)

5.1/ E após uma grande competição, sente que os media a contactam mais do que o normal?

6/ Qual é o seu patrocinador?

6.1/ A relação patrocinador vs. media (gestão de entrevistas, por exemplo)

6.2/ Tem algum tipo de acordo que “obrigue” a sua visibilidade relacionada com a marca?

Opinião pública

7/ Feita uma entrevista (ou depois de uma competição), sente que tem mais reconhecimento por parte do público?

7.1/ Qual é o feedback dos adeptos? (Fotos, comentários, na rua...)

7.2/ Depois da entrevista/competição, nas redes sociais, o número de likes aumenta ou é igual?

7.3/ Recebe mais mensagens de apoio?

Discriminação

8/ Já alguma vez se sentiu discriminada por algum meio de comunicação social?

8.1/ Colegas do sexo masculino?

8.2/ Adeptos?

9/ Capas de revista, uma sua e outra do sexo oposto. Porque é que possivelmente vende mais a capa masculina?

10/ Porque é que acha que é feita esta diferenciação de géneros?

11/ Qual seria a medida que adotava para que os meios de comunicação social mudassem esta "atitude", -para não existir esta discrepância?!

Fonte: Cátia Coelho, 2017

2 - Guião da Entrevista – Jornalistas

1/ Quais são os componentes que considera mais importantes na estrutura do jornal onde trabalha?

2/ Como define o desporto feminino em comparação com o desporto masculino?

3/ O facto de existirem mais artigos de modalidades masculinas é uma questão de rentabilidade? Porquê?

4/ O facto de não existirem muitas mulheres no desporto, é uma questão cultural?

5/ Qual seria a medida que adotava para que os meios de comunicação social mudassem esta "atitude", -para não existir esta discrepância?

Fonte: Cátia Coelho, 2017

Atletas entrevistadas

 <p>Ana Lopes Futsal⁷³</p>	 <p>Francisca Laia Canoagem⁷⁴</p>	 <p>Naide Gomes Atletismo⁷⁵</p>	 <p>Patrícia Mamona Atletismo⁷⁶</p>
 <p>Rita Colaço Pesca Desportiva⁷⁷</p>	 <p>Sara Moreira Atletismo⁷⁸</p>	 <p>Soraia Lopes Andebol⁷⁹</p>	

Quadro 3 – Fotografias respetivas às atletas entrevistadas. Cátia Coelho, 2017

⁷³ Fonte: Rádio Condestável

⁷⁴ Fonte: Disponível em - <http://comiteolimpicoportugal.pt/atletas-olimpicos/>

⁷⁵ Fonte: Disponível em - http://www.maisfutebol.iol.pt/galeria.html?id=5514423e0cf2669054b39e1f&_tag=

⁷⁶ Fonte: Disponível em - <http://comiteolimpicoportugal.pt/atletas-olimpicos/>

⁷⁷ Fonte: Rádio Condestável

⁷⁸ Fonte: Disponível em - <http://comiteolimpicoportugal.pt/atletas-olimpicos/>

⁷⁹ Fonte: Facebook oficial da atleta

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da
Informação. Ramo de Media e Jornalismo

“Representação da Mulher Desportista nos Media”

1/ Como acha que os media tratam o tema “desporto feminino”?

- Com pouco ênfase. As poucas notícias que merecem (algum) destaque pelos media, são as vencedoras dos grandes feitos nacionais ou internacionais e mesmo assim, é raro haver uma página inteira.

2/ O facto de não existirem muitas mulheres no desporto, é uma questão cultural?

- A verdade é que a nossa cultura não incentiva a mulher no desporto, mas felizmente nos últimos anos tem aumentado o número de praticantes do sexo feminino em diferentes modalidades.

3/ TV, Online, Imprensa e Rádio, qual dá mais destaque ao desporto? E às mulheres?

Internet. E nas mulheres, no caso do futebol feminino, Redes sociais em particular.

4/

Impacto

6/ Depois de uma grande entrevista, tem mais convites por parte de outros meios? (para outras entrevistas e sessões fotográficas, por exemplo)

- Óbvio! Quanto mais reconhecida és, mais suscitais interesses.

E após uma grande competição, sente que os media a contactam mais do que o normal?

- Sim, principalmente se houver bons resultados.

7/ Qual é o seu patrocinador?

Relação patrocinador VS media (gestão de entrevistas, presenças, competições...)

Tem algum tipo de acordo que “obrigue” a sua visibilidade relacionada com a marca?

Nenhum. Já foi a "Joma" mas atualmente nenhum. Estamos em fim de época.

Opinião pública

8/ Feita uma entrevista (ou depois de uma competição), sente que tem mais reconhecimento por parte do público?

Feedback dos adeptos? (Fotos, comentários, na rua...)

Nas redes sociais, o número de likes aumenta ou é igual?

Recebe mais mensagens de apoio? Já respondi em cima

Discriminação

9/ Já alguma vez se sentiu discriminada por algum meio de comunicação social?

- Pessoalmente não. Mas como praticante do futebol feminino, sim, sinto-me muitas vezes discriminada. Como por exemplo ainda na transmissão em direto pela RTP1 da final da taça de Portugal (sporting vs braga) interromperam a transmissão para passar um concerto em direto.

10/ Capas de revista, uma sua e outra do sexo oposto. Porque é que possivelmente vende mais a capa masculina?

-Provavelmente mais interesse financeiro.

11/ Qual seria a medida que adotava para que os meios de comunicação social mudassem esta "atitude", -para não existir esta discrepância?!

- só eu não consigo. Não pode ser uma atitude singular. Tem que ser uma mudança geral na mentalidade de quem gere. Ou a modalidade começar a ter outras dimensões , principalmente financeiras.

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da
Informação. Ramo de Media e Jornalismo

“Representação da Mulher Desportista nos Media”

1- No meu ponto de vista não noto a falta de reconhecimento para com as mulheres, penso que depende do tipo de desporto e do estatuto que o atleta tenha dentro da modalidade que pratica, sendo homem ou mulher.

2- Nos dias que correm raro é o desporto onde não existam elementos femininos ou até mesmo equipas femininas. Se não há mais mulheres a praticar, possivelmente será porque nesse desporto em questão existem maioritariamente homens e talvez por isso a mulher se sinta pouco à vontade e acabe por não aderir.

3- Dependendo do desporto que seja. Se for futebol, qualquer um deles dá bastante destaque, menos destaque no que diz respeito ao futebol no feminino como é notório. As outras modalidades ainda tem menor visibilidade. A pesca ao achigã por exemplo, que é o desporto que pratico, em canais generalistas nem há qualquer referência, só mesmo em canais desportivos que se relacionem com a modalidade da pesca. Quanto à radio e imprensa haverá destaque se ocorrer um acontecimento relevante, mas depressa cai no esquecimento. Exemplo disso foi o caso dos pescadores Joaquim Moio e João Grosso... 80% da população portuguesa talvez não saiba que eles conquistaram o título de campeões do Mundo no México em 2014.

4- A principal diferença entre os meios de comunicação social generalistas e os desportivos, para mim, é mesmo a importância e a projeção que dão ao desporto, embora o futebol esteja sempre presente em qualquer um deles, mais que qualquer outra modalidade.

6- Em 2013 fui campeã regional e tive o convite da rádio local para uma entrevista e também fui entrevistada para o jornal regional. Não voltei a ser contactada. Após competições raramente os media estão presentes, exclusivamente nesta prova na barragem do Cabril aconteceu.

7- O meu patrocinador principal é a AMBB (associação de moradores do bairro dos bombeiros) de Castro Verde. Infelizmente os patrocínios são poucos e maior parte das despesas , principalmente na modalidade de pesca embarcada, são os atletas que suportam custos, nomeadamente o combustível.

O equipamento desportivo que usamos vestido nas competições é alusivo á associação que representamos e nos patrocina.

8- Das poucas entrevistas que dei, notei posteriormente que as pessoas da região ficaram surpreendidas pois não sabiam que eu pratico este desporto. Começaram a procurar-me para felicitar pelo troféu e a fazer algumas perguntas sobre pesca. Mensagens de apoio recebo algumas, principalmente de familiares e amigos.

9-Nunca me senti discriminada por qualquer meio de comunicação, colegas ou adeptos, antes pelo contrário. Como poucas são as mulheres que pertencem a este mundo da pesca ao achigã, apercebo-me que existe orgulho da parte dos atletas masculinos ao ter o sexo oposto a apostar nesta modalidade.

10- Possivelmente vende mais a masculina pela credibilidade que se tem no homem como atleta seja em que modalidade for. Tudo se deve ao facto de a maioria dos desportistas serem homens. Raras são as mulheres que pescam, mas é de salientar que conheço excelentes pescadoras, dignas de capa de revista!

11- No meu ver não são só os meios de comunicação que têm a obrigação de mudar em relação ao desporto no feminino, falando desta modalidade da pesca ao achigã, as mulheres que sentem interesse e gostem de pesca, devem aderir mais. Tenho a certeza que seriam bem recebidas e nesta modalidade desportiva a mulher teria mais visibilidade. Já não existe desporto só para homens!

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação. Ramo de Media e Jornalismo

“Representação da Mulher Desportista nos Media”

1/ Quais são os componentes que considera mais importantes na estrutura do jornal onde trabalha?

- É uma pergunta complicada... Se falarmos de componentes humanos, não tenho dúvidas de que uma forte liderança, que transmita determinação, ambição e criatividade, é fundamental. Depois, como é óbvio, é imperativo ter rigor e isenção.

2/ Como define o desporto feminino em comparação com o desporto masculino?

- Depende muito das modalidades em questão, mas, no geral, são realidades diferentes. Por exemplo, no que diz respeito ao futebol feminino, nota-se que existe uma evolução nos últimos anos, não só a nível competitivo, como também mediático. As pessoas interessam-se mais pela modalidade e essa mudança também se deve ao papel dos meios de comunicação. Contudo, são mundos distintos em todos os sentidos – remunerações, apoios e condições.

3/ O facto de existirem mais artigos de modalidades masculinas é uma questão de rentabilidade? Porquê?

- Não creio que seja uma questão de rentabilidade. Penso, sim, que se trata de uma questão de realidade. No nosso país, as pessoas têm uma mentalidade mais indicada para o futebol. Não há como fugir a isso. Como tal, o futebol domina o espaço público. E como o futebol é predominantemente masculino, como já falámos na questão anterior, existe uma maior quantidade de notícias. Não se trata de todo de falta de qualidade ou mérito das atletas.

4/ O facto de não existirem muitas mulheres no desporto, é uma questão cultural?

- Na minha opinião, claro que sim! Se verificarmos o que se passa em outros países, como Inglaterra, Alemanha ou até mesmo Itália, percebemos que as diferenças são enormes. Se estivermos atentos aos Jogos Olímpicos, por exemplo, reparamos que as atletas de alguns desses países surgem como verdadeiras estrelas e são tratadas como tal. Não é que cá não haja estrelas. Patrícia Mamona, Telma Monteiro, Jéssica Augusto, Naide Gomes, Sara Moreira ou Dulce Félix são nomes que comprovam que, de facto, há muito valor em Portugal.

5/ Porque é que acha que é feita esta diferenciação de géneros?

- É precisamente uma questão de mentalidade. Penso que essa diferenciação já foi bem maior. Atualmente, já existe um maior interesse do público. O problema é que só nos lembramos das nossas estrelas quando... elas ganham.

6/ Qual seria a medida que adotava para que os meios de comunicação social mudassem esta "atitude", -para não existir esta discrepância?

-Independentemente das medidas, quem 'manda' é o público. Claro que os meios de comunicação têm a missão de 'educar' as pessoas, mas esse é um processo que demora muito tempo. Dar voz às atletas, dedicar-lhes um maior espaço no universo mediático e dar a conhecer as suas histórias já seriam passos bastante importantes. Uma das provas recentes de que isso está a ser feito é a cobertura do Campeonato da Europa de Futebol Feminino, em o Record esteve presente.

Cátia Coelho

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação. Ramo de Media e Jornalismo

“Representação da Mulher Desportista nos Media”

1/ Quais são os componentes que considera mais importantes na estrutura do jornal onde trabalha?

O futebol é a grande âncora dos jornais desportivos nacionais e, naturalmente, é a componente mais importante na estrutura do jornal. E o futebol permite que sejam noticiadas outras modalidades, com menos visibilidade. Com o advento da Internet e o imediatismo da informação, torna-se importante para os jornais, ditos tradicionais, poder aprofundar um pouco mais os temas e marcar a diferença pela qualidade dos seus conteúdos, quer seja no futebol quer nas outras modalidades.

2/ Como define o desporto feminino em comparação com o desporto masculino?

As diferenças existentes têm meramente a ver com a diferenças entre homem e mulher em termos anatómicos/fisiológicos e de competências físicas/mentais. A mulher não é tão forte fisicamente, há questões hormonais, que fazem o desporto feminino ser mais técnico e tático de uma forma muito geral. Gerem também emoções de formas diferentes, isso não faz o desporto feminino melhor ou pior do que o masculino.

3/ O facto de existirem mais artigos de modalidades masculinas é uma questão de rentabilidade? Porquê?

Sim, mas porque culturalmente e historicamente o homem teve sempre um papel predominante na sociedade e isso estende-se às várias áreas, incluindo o desporto.

4/ O facto de não existirem muitas mulheres no desporto, é uma questão cultural? ~

Sim, acima de tudo uma questão cultural, que demora tempo a ser alterada.

5/ Porque é que acha que é feita esta diferenciação de géneros?

Penso que já dei esta resposta anteriormente.

6/ Qual seria a medida que adotava para que os meios de comunicação social mudassem esta "atitude", -para não existir esta discrepância?

É um caminho evolutivo, que pode ser trabalhado se os jornalistas forem dando, de forma progressiva, mais destaque ao desporto feminino, contando histórias interessantes, com que as pessoas se identifiquem e/ou admirem.

Cátia Coelho

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da
Informação. Ramo de Media e Jornalismo

“Representação da Mulher Desportista nos Media”

Guião de entrevista

1/ Como acha que os media tratam o tema “desporto feminino”?

Acho que claramente é dada menos atenção ao desporto feminino do que ao masculino, principalmente nas modalidades que são mais praticadas por homens do que por mulheres. Acho que é algo cultural e relacionado com a desigualdade de géneros.

2/ O facto de não existirem muitas mulheres no desporto, é uma questão cultural?

Acho que há muitas mulheres no desporto mas como não são tão divulgadas acha-se que o desporto é “uma coisa de homens”, que as mulheres não têm perfil competitivo para tal e isso é um erro, na minha opinião cultural sim.

3/ TV, Online ou Imprensa? Qual dá mais destaque ao desporto? E às mulheres atletas?

Acho que os jornais desportivos são sem dúvida quem liga mais ao desporto. Na TV só se fala de futebol. A imprensa, penso que ainda é onde vai havendo mais expressão das mulheres. Na TV só se fala de 2 ou 3 mulheres do desporto. Que eu me lembre, este ano, falou-se na Telma Monteiro e na Patrícia Mamona e pouco mais. Eu fui falada uma vez e apareci em rodapé outra.

4/ A principal diferença entre os meios de comunicação social generalistas e os desportivos?

Nos generalistas só passa praticamente futebol. Nos restantes há várias tentativas para se falar noutras modalidades mas penso que acabam por ter pouco impacto quando comparadas com um desporto como o futebol. Em relação às mulheres penso que a postura é muito similar em termos de conteúdo mas os desportivos estão muito mais atentos.

Impacto

5/ Depois de uma grande entrevista num meio de comunicação, tem mais convites por parte de outros meios? (para outras entrevistas, sessões fotográficas, presenças em eventos desportivos...)

Sim claro que sim. É engraçado porque parece que começam a ter inveja uns dos outros e convidam para mais coisas.

5.1/ E após uma grande competição, sente que os media a contactam mais do que o normal?

Depende totalmente do resultado obtido. Se formos medalha é uma loucura, ficamos quase sem agenda durante uma semana. Passado esse tempo voltamos a cair no esquecimento para os media. Se não formos medalha raramente se mostram interessados. Um atleta é feito de resultados e se não houver resultados não é falado. São precisos muitos resultados para que se lembrem de nós com frequência e fora do calendário competitivo.

6/ Qual é o seu patrocinador?

São todos pequenos patrocinadores. O apoio fixo vem do meu clube, o Sporting Clube de Portugal e estou também integrada no Projecto Tokyo 2020 que nos fornece uma bolsa mensal (com duração de 1 ou 2 anos consoante o resultado e renovável) dependente de resultados também e se tivermos um azar numa prova podemos ficar sem esse apoio. Passamos de um valor fixo num mês para zero no mês seguinte se não tivermos resultados. No desporto é muito mais fácil para um homem conseguir patrocínios do que para uma mulher. A canoagem é exemplo disso mesmo.

6.1/ A relação patrocinador VS media (gestão de entrevistas, por exemplo)

Isso acontece muito em deportes com mais visibilidade. Para mim não é uma realidade e penso que na canoagem seja apenas para o Fernando Pimenta. O que acontece por vezes é a marca de roupa que patrocina certos atletas exigir que não usem outra marca da concorrência, principalmente em entrevistas.

6.2/ Tem algum tipo de acordo que “obrigue” a sua visibilidade relacionada com a marca?

Não

Opinião pública

7/ Feita uma entrevista (ou depois de uma competição), sente que tem mais reconhecimento por parte do público?

Sim. Por exemplo, houve provas do mundial este ano que foram transmitidas na RTP 2 (foi das primeiras vezes que houve transmissão em canal aberto, em direto e não só de finais) fui abordada por muito mais pessoas que perguntaram sobre as mais variadas coisas, muitas, apesar de já me conhecerem há anos deve ter sido a primeira vez que viram canoagem na televisão. Depois das entrevistas há sempre quem partilhe, comente e dê a sua opinião, nota-se o aumentar de visibilidade.

7.1/ Qual é o feedback dos adeptos? (Fotos, comentários, na rua...)

Noto que há redes sociais com mais popularidade do que outras. No meu caso, o Instagram é a rede social que me traz mais feedbacks e comentários.

Principalmente as fotos relacionadas com a canoagem têm um alcance bastante maior no Instagram do que no Facebook. Na rua e por no dia-a-dia ter um aspecto muito diferente do de dentro de água, com o cabelo amarrado e de óculos de sol, há pessoas que não me conhece. Sou mais abordada depois das competições. Principalmente depois dos Jogos Olímpicos houve um grande aumento de popularidade.

7.2/ Depois da entrevista/competição, nas redes sociais, o número de likes aumenta ou é igual?

Aumenta. São os momentos em que chegamos a mais gente e há sempre pessoas novas a seguir e acompanhar o nosso trabalho. Em termos de aumento de likes

sinto que aumenta muito quando o Sporting faz uma publicação minha. O alcance de uma publicação feita pelo Sporting tem um alcance centenas de vezes maiores do que uma minha apesar de o assunto ser o mesmo e é principalmente nessas situações que noto diferença.

7.3/ Recebe mais mensagens de apoio?

Como normalmente as competições aconteceram antes das entrevistas não mas antes dos Jogos Olímpicos senti que a publicidade e o facto de o meu nome estar associado a esse grande símbolo levou a que recebe muito mais mensagens de apoio.

Discriminação

8/ Já alguma vez se sentiu discriminada por algum meio de comunicação social? Discriminada acho que é uma palavra demasiado forte. Já aconteceu falarem de homens que tinham ficado nas mesmas posições que nós e não falaram de mim.

8.1/ Colegas do sexo masculino?

Não

8.2/ Adeptos?

Não. Quando falam comigo por vezes acontece falarem mais nos homens que nas mulheres mas discriminada não.

9/ Capas de revista, uma sua e outra do sexo oposto. Porque é que possivelmente vende mais a capa masculina?

Porque as mulheres compram mais revistas do que os homens e estão mais interessadas em ver fotos de homens do que de mulheres. Também porque acho que ainda há muito a crença de que o desporto de alta competição é coisa de homens e que o desporto praticado por uma mulher é sempre com o objectivo de emagrecer, tornar o corpo mais tonificado ou ficar com curvas mais definidas. Acho mesmo que é um problema cultural. Nos jornais desportivos raramente há uma capa com atletas do sexo feminino. Houve há pouco tempo uma excepção,

quando a Inês Henriques foi campeã do mundo dos 50km marcha o jornal “A Bola” fez uma capa com a foto dela. Aos poucos vamos ganhar o nosso espaço e caminhar no sentido do equilíbrio entre géneros mas é um caminho longo e lento.

10/ Porque é que acha que é feita esta diferenciação de géneros?

Pelas razões que referi em cima, acho que o género masculino é claramente o género dominante e é um pouco devido à história da humanidade. Teremos sempre de lutar mais que um homem para chegar onde quer que seja. Fala-se muito do exemplo das empresas, se uma mulher sobe no cargo é porque ou tem um caso com o chefe ou porque lhe foi oferecido o cargo por ser mulher. Raramente é reconhecido o trabalho tal como a um homem.

11/ Qual seria a medida que adotava para que os meios de comunicação social mudassem esta "atitude", -para não existir esta discrepância?!

É importante continuarmos a dar o nosso melhor e a tirar resultados positivos para que comecem a reparar e apostar. Como disse é um longo caminho mas é possível ser percorrido. São precisas mais iniciativas como a tua! Obrigada.

Muito obrigada pela ajuda!

Cátia Filipa Pires Coelho

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da
Informação. Ramo de Media e Jornalismo

“Representação da Mulher Desportista nos Media”

Guião de entrevista

1/ Como acha que os media tratam o tema “desporto feminino”?

R: Com desprezo, sem prazer, fazem o minino e muitas vezes até é mal feito porque não estão minimamente informados.

2/ O facto de não existirem muitas mulheres no desporto, é uma questão cultural?

R: Sem dúvida!! Vivemos num país em que a mulher é para estar em casa, o desporto em geral é para os homens. Infelizmente, somos ainda muito fechados e machistas.

3/ TV, Online ou Imprensa? Qual dá mais destaque ao desporto? E às mulheres atletas?

R: Ambas dão muito destaque ao desporto... Masculino! Ao feminino, todas elas falam o mínimo e obrigatório mas acho que a imprensa é o que consegue passar “mais” coisas.

4/ A principal diferença entre os meios de comunicação social generalistas e os desportivos?

R: Não, não dão, infelizmente. Não era difícil darem mas os meios desportivos continuam a dar "mais " visibilidade.

Impacto

5/ Depois de uma grande entrevista num meio de comunicação, tem mais convites por parte de outros meios? (para outras entrevistas, sessões fotográficas, presenças em eventos desportivos...)

5.1/ E após uma grande competição, sente que os media a contactam mais do que o normal?

R: Sim, porque é o que está a acontecer no momento, é uma noticia que pode vender.

6/ Qual é o seu patrocinador?

R: A mim quem me patrocina é uma loja de desporto, Roscas.pt que me dá material para treinar e assim e depois tenho uma marca de compressão, INC.com.pt que me dá material para ajudar a treinar e a recuperar.

6.1/ A relação patrocinador VS media (gestão de entrevistas, por exemplo)

R: Não tenho ninguém que faça a gestão das minhas entrevistas, também dou poucas ahahahah... A relação é tranquila, quando posso “vendo” o produto tanto pessoalmente como através das minhas páginas de Facebook ou Instagram.

6.2/ Tem algum tipo de acordo que “obrigue” a sua visibilidade relacionada com a marca?

R: Sim, verbal. Tenta passar a informação sobre a loja e a marca de compressão a todas as pessoas que me seguem ou jogam comigo e assim.

Opinião pública

7/ Feita uma entrevista (ou depois de uma competição), sente que tem mais reconhecimento por parte do público? **R: Sim, sem dúvida..**

7.1/ Qual é o feedback dos adeptos? (Fotos, comentários, na rua...) **R: É muito positivo, tenho tido sorte. Pedem fotos, autógrafos, partilham as noticias nas suas páginas e assim**

7.2/ Depois da entrevista/competição, nas redes sociais, o número de likes aumenta ou é igual? **R: Aumenta**

7.3/ Recebe mais mensagens de apoio? **R: Sem dúvida.**

Discriminação

8/ Já alguma vez se sentiu discriminada por algum meio de comunicação social?

8.1/ Colegas do sexo masculino? **R: Não, pelo contrario, muitas vezes tenho amigos que jogam andebol que valorizam o esforço que fazemos e a falta de visibilidade que nos dão, por exemplo.**

8.2/ Adeptos? **R: Infelizmente já ouvi um ou outro comentário menos bonito mas notas que há uma discriminação muito grande quando para veres um jogo de masculinos, a pagar entrada muitas vezes o pavilhão estão cheio e nos femininos que a entrada é grátis muitos pavilhões tem 10 pessoas ou assim.**

9/ Capas de revista, uma sua e outra do sexo oposto. Porque é que possivelmente vende mais a capa masculina? **R: Pela visibilidade que dão aos homens, são sempre muito mais conhecidos que nós mulheres.**

10/ Porque é que acha que é feita esta diferenciação de géneros?

R: Porque vivemos num país ainda muito fechado, como já disse anteriormente.

11/ Qual seria a medida que adotava para que os meios de comunicação social mudassem esta "atitude", -para não existir esta discrepância?!

R: Primeiro passa por nós mulheres valorizarmo-nos mais, termos que exigir o que também acaba por ser nosso por direito, passa por quem trabalha conosco ter essa sensibilidade e ir em busca de uma maior igualdade, passar mais informação sobre cada atleta, cada jogo e com isso pressionar a Comunicação Social, porque agora ainda podem usar aquela mítica

desculpa, “procuramos mas não encontramos nada sobre isso”, se lhes dermos as informações necessárias ai podemos exigir mais.

Muito obrigada pela ajuda!

Cátia Filipa Pires Coelho