

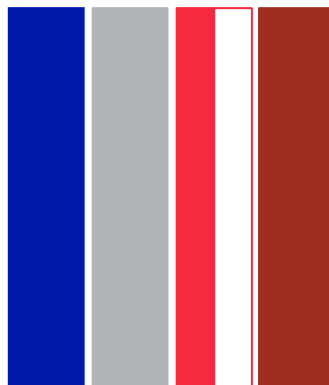
MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
ÁREA DE ESPECIALIZAÇÃO EM CULTURA E CIÊNCIA

A Representação dos Atletas nos Media

Joana Trindade

M

2023



Joana Trindade

A Representação dos Atletas nos Media

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação - Área de Especialização em Cultura e Ciência, orientada pelo Professor Doutor Paulo Faustino

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2023

*À minha mãe, Marisela, Mariselita, que me apoia incondicionalmente, um obrigada.
Obrigada por tudo.*

Índice

Declaração de honra.....	5
Agradecimentos.....	6
Resumo.....	7
Abstract.....	8
Índice de Figuras.....	9
Índice de Gráficos.....	10
Introdução.....	11
1. Badminton Europe.....	12
2. Experiência.....	15
3. Desenvolvimento do Jornalismo.....	19
4. Jornalismo Desportivo.....	22
5. Jornalismo Digital.....	27
6. Jornalismo Desportivo nos Media.....	30
7. Representação de Atletas.....	33
8. Casos reais.....	35
8.1. Futebol masculino vs feminino.....	35
8.1.1. Retrato das mulheres nos media.....	35
8.1.2. Diferença salarial.....	36
8.2. Ofensas sexuais.....	38
8.2.1. Caso Jenni Hermoso e Luis Rubiales.....	38
8.2.2. Ex-tenista violada por treinador.....	40
9. Metodologia.....	42
10. Análise de Dados.....	44
Conclusão.....	48
Referências Bibliográficas.....	50

Declaração de honra

Declaro que o presente relatório é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Copenhaga, 16 de setembro de 2023

Joana Trindade

Agradecimentos

Um enorme obrigada à minha mãe.

Às minhas irmãs.

Aos meus avós.

Aos meus amigos do coração.

Diogo, Ariana.

Ao professor Paulo e a todos que me fizeram mais forte.

Obrigada.

Resumo

O jornalismo desportivo é uma especialização jornalística que carrega uma grande influência na vida dos consumidores deste tipo de conteúdo. Este trabalho leva-nos numa viagem que nos faz entender o jornalismo, desde o início da sua criação, até ao momento dos dias de hoje, em que existem tantas ramificações jornalísticas. O jornalismo digital e os media, no geral, possuem uma grande influência na forma como o público consome informação. No jornalismo desportivo, muitas são as notícias, e ditas “polémicas”, que saem na frente dos jornais regularmente, assim, torna-se interessante analisar a forma como os media partilham os conteúdos desportivos, assim como, a forma como representam os atletas das diferentes modalidades. Este projeto procura perceber como é que os atletas são representados nos media e se existe alguma diferença entre a representação dos atletas do sexo masculino e do sexo feminino.

Palavras-chave: jornalismo desportivo, media, comunicação, atletas, desporto.

Abstract

Sports journalism is a journalistic specialization that has a great influence on the lives of consumers of this type of content. This project takes us on a journey that makes us understand journalism, from the beginning of its creation, to the present day, in which there are so many journalistic ramifications. Digital journalism and the media, in general, have a great influence on the way the public consumes information. In sports journalism, there are many news stories, and so-called “controversies”, that come out in the frontpage of the newspapers regularly, so it becomes interesting to analyze the way in which the media share sports content, as well as the way in which they represent the athletes of the different modalities. This project seeks to understand how athletes are represented in the media and whether there is any difference between the representation of male and female athletes.

Key-words: sports journalism, media, communication, athletes, sports.

Índice de Figuras

Figura 1. Logótipo do BWF	12
Figura 2. Logótipo do Badminton Europe	12
Figura 3. Logótipo do Badminton Asia.....	12
Figura 4. Logótipo do Badminton Oceania.....	13
Figura 5. Logótipo do Badminton Africa.....	13
Figura 6. Logótipo do Badminton Pan Am.....	13
Figura 7. STAFF do Ibiza 2022 European U15 Championships.....	15
Figura 8. STAFF e participantes do Summer School 2023	17
Figura 9. Desigualdade de género no jornalismo em Portugal	25
Figura 10. Aumento da exibição de vídeos de desporto	31
Figura 11. Desigualdade de género no futebol	37

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Percentagem do sexo dos inqueridos.....	44
Gráfico 2. Percentagem do consumo de desporto relativo ao sexo dos atletas.....	45
Gráfico 3. Percentagem da diferença da representação dos atletas femininos e masculinos.....	46
Gráfico 4. Quantidade de notícias sobre os atletas.....	46

Introdução

Este trabalho surge no âmbito do estágio curricular que realizei desde 1 de Agosto de 2022 até 31 de Julho de 2023 na Confederação Europeia de Badminton (Badminton Europe Confederation), em Copenhaga, Dinamarca.

Durante os 12 meses de estágio, juntei-me à equipa de comunicação do Badminton Europe, que era constituída por uma *officer* e um recém chegado *manager*. A equipa de comunicação tinha diversas responsabilidades, desde a criação e publicação de conteúdos online, até à atualização do website oficial da Confederação. Neste ano de aprendizagem, viajei para seis diferentes países na Europa, onde tive a oportunidade de trabalhar com equipas fantásticas e participar em torneios de badminton internacionais. Nessas viagens conheci e engajei com atletas de alta performance, incluindo estrelas olímpicas.

Ao experienciar em primeira mão o mundo competitivo do desporto e ter a oportunidade de conectar com homens e mulheres que dedicam toda a sua vida a construir uma carreira dentro do seu desporto favorito, comecei a analisar as diferenças entre esses mesmos homens e mulheres.

O Badminton Europe, tem como um dos seus objetivos lutar contra a discriminação e promover a equidade de género, então achei de extrema relevância perceber se de facto isso estava a acontecer ao meu redor e no mundo do desporto, na generalidade.

Daí, foquei a minha atenção nas diferenças entre os atletas do sexo masculino e feminino e em como isso se refletia no mundo exterior, mais especificamente nos media. Tendo a oportunidade de trabalhar com todas as redes sociais do Badminton Europe, considerei de alto interesse perceber como é que os homens e as mulheres no mundo do desporto eram representados nas redes sociais e nos media, em geral.

Rubio e Veloso (2019) refere que na língua portuguesa o substantivo “atleta” não declina género e isso pode levar a uma falsa suposição de equidade, então agora resta perceber se de facto existe uma falsa suposição de equidade ou não.

1. Badminton Europe

O Badminton Europe Confederation (BEC), mais conhecido como Badminton Europe (BE), antes de 2006 tinha como nome oficial União Europeia de Badminton. O BE é o órgão regulador de badminton na Europa e é um dos cinco órgãos continentais existentes: Badminton Africa, Badminton Asia, Badminton Oceania e Badminton Pan Am, são as restantes confederações no mundo deste desporto. É ainda de realçar que todas as confederações estão ligadas ao Badminton World Federation, mais conhecido como BWF, que é o órgão regulador internacional de badminton, reconhecido pelo Comitê Olímpico Internacional.



Figura 1. Logótipo do BWF



Figura 2. Logótipo do Badminton Europe



Figura 3. Logótipo do Badminton Asia



Figura 4. Logótipo do Badminton Oceania



Figura 5. Logótipo do Badminton Africa



Figura 6. Logótipo do Badminton Pan Am

O Badminton Europe foi fundado a 27 de setembro de 1967, em Frankfurt, Alemanha, tornando-se esse o seu membro fundador. Atualmente, o BE conta com 54 membros associados por toda a Europa, Portugal incluído.

De vários objetivos que o BE tem, promover e desenvolver o badminton na Europa é o principal. Algumas das funções da Confederação variam desde a organização de eventos e torneios internacionais, até apoiar as associações europeias.

O BE tem como finalidade mostrar que este desporto é inclusivo e igualitário, e por isso, luta contra a injustiça social e a discriminação sexual. Juntamente com o BWF, o BE tem o papel de regularizar regras dentro do desporto, na região Europeia.

Tal como consta no Plano Estratégico do Badminton Europe 2021-2024, existem seis valores a ser cumpridos:

Responsabilidade - É sobre confiabilidade e responsabilidade pessoal. Valorização da capacidade dos funcionários e da organização de cumprir os seus compromissos, para com os intervenientes e entre eles. Assumem a responsabilidade pelo seu trabalho e corrigem prontamente os erros.

Colaboração - Através da colaboração, multiplicam a contribuição. Juntos, são mais fortes e podem contribuir com mais. Objetivos partilhados e apoio mútuo conduzem a um maior sucesso do que o trabalho isolado e o foco individual.

Excelência - Esforço pela excelência em tudo o que fazem, a fim de fornecer um resultado de qualidade. Abraçam responsabilidades, desfrutam do processo de resolução de problemas e fornecem soluções eficazes aos membros e intervenientes.

Inclusividade - Abraçando a diversidade e a inclusão em todos os níveis do desporto, garantindo que o badminton continua a ser um desporto acessível para pessoas de todas as idades, habilidades e origens.

Inovação - Abordam o desenvolvimento das atividades atuais de forma inovadora, questionando como podem melhorar e fazer as coisas de maneira mais eficaz. Procuram novas oportunidades e atividades, e incentivam uma mente aberta.

Integridade - Todos têm o direito de participar em competições limpas e justas, e de esperar os mais elevados padrões de integridade e comportamento ético de todos os que trabalham no desporto.

Sven Serré é o presidente do Badminton Europe e ao seu lado, João Matos, é o vice-presidente. Ambos trabalham com o objetivo de governar, assistir e liderar o desporto de badminton na Europa.

O escritório da Confederação está localizado em Brøndby, na capital da Dinamarca e é composto pelos funcionários que trabalham em prol do badminton, sendo Brian Agerbak o secretário geral, e Jimmy Andersen o secretário geral adjunto.

Tendo como propósito que o badminton seja o desporto *indoor* mais procurado na Europa, o BE organiza eventos, educa profissionais e voluntários, conecta-se com fãs, organiza atividades sustentáveis, e apoia o desenvolvimento de atletas elite e potenciais atletas elite.

2. Experiência

Durante o meu estágio curricular no Badminton Europe Confederation, cresci imensamente a nível profissional e pessoal. Viver num país escandinavo por um ano permitiu-me florescer e aumentar não só o meu espírito criativo, como também a minha disciplina profissional.

Nos primeiros meses, fui treinada pela minha colega de trabalho, assim como pelo responsável da equipa. Em Setembro, apenas um mês depois de ter iniciado o estágio, realizei a minha primeira viagem de trabalho. Ibiza, Espanha, foi o destino do primeiro torneio no qual participei enquanto responsável pelos media. Foi uma intensa semana, de muita aprendizagem e momentos de alto rendimento.



Figura 7. STAFF do Ibiza 2022 European U15 Championships

O meu trabalho durante os torneios que cobrimos *on-site* consistia em publicar fotografias nas redes sociais, fazer entrevistas e publicá-las, gravar e editar vídeos, e escrever artigos para o website e app do BE. Antes de cada torneio, eram organizadas reuniões de

preparação, nas quais planeávamos cada dia de cobertura: a quantidade de posts a serem publicados, de artigos a serem escritos e entrevistas gravadas.

Apesar de serem dias intensos, muita riqueza, conhecimento e experiência foram adquiridas.

Depois de regressar ao escritório, em Copenhaga, a minha rotina começou a ganhar forma. Todos os dias eram publicadas fotos ou vídeos nas redes sociais, assim como artigos que tinham de ser escritos e ficar prontos para publicação. Alguns dias no escritório foram tão intensos como os dias passados dentro dos pavilhões.

Ainda em 2022 viajei mais quatro vezes: Alemanha, Áustria e Países Baixos por duas vezes. A cada torneio ou evento que visitava, ganhava cada vez mais experiência e no final do ano já me sentia mais do que capaz de cobrir eventos sozinha, que foi o que se sucedeu. Os *post-match interviews*, toda a escrita de artigos, e a edição e publicação de fotos e vídeos ao longo do dia eram algo que com o passar do tempo se simplificava.

O BE organiza vários eventos e torneios, mas nem todos aqueles que divulga são planeados pela Confederação. Dezenas de torneios internacionais são organizados pelos membros associados e apoiados pelo BE.

Existem *International Series*, *International Events*, *BEC Events*, *Future Series*, um *Multisport Event*, o *BWF Super 100, 300, 500, 750, 1000*, e o *BWF World Tour Final*. Todas estas competições estão organizadas de acordo com a quantidade de pontos que os atletas podem adquirir ao participarem nos torneios, sendo os eventos do BWF os maiores.

O último evento no qual participei foi o RSL BEC Summer School 2023, nas Caldas da Rainha, em Julho, apenas duas semanas antes de concluir o estágio. Um evento que se foca em atletas U15, mas que este ano também abrigou um curso Nível 2 para treinadores de badminton.



Figura 8. STAFF e participantes do Summer School 2023

Para além de todas as tarefas rotineiras da minha equipa do Badminton Europe, também realizamos diversas atividades inovadoras ao longo do ano, de forma a engajar os seguidores da modalidade.

Um dos meus objetivos no Badminton Europe era ajudar as redes sociais a ganhar seguidores e também fazer com que as pessoas pudessem associar a imagem do BE a algo único. Com isto decidi, com o apoio da minha equipa, fazer duas *series*. A primeira a ganhar vida foi a “10 questions to a player”, na qual a cada torneio que íamos seleccionávamos alguns jogadores para fazer 10 perguntas de respostas curtas e informais. Gravamos as entrevistas e publicamos como Reel no Instagram, identificando os devidos jogadores, que depois partilhavam o conteúdo nas suas contas. Foi uma experiência bastante engraçada, na qual foi possível conhecer melhor os atletas a um nível não só profissional, como também pessoal e, conectar e interagir com os seguidores.

Para além disso, também iniciamos ,em equipa, o Badminton Europe *Weekly Update*, que consiste num vídeo publicado a cada semana, no qual novidades de badminton são partilhadas. Os vídeos tiveram muito sucesso e ainda são publicados pela atual equipa de comunicação da Confederação.

De acordo com o valor da inclusividade que o BE propõe, durante a minha viagem à Áustria, em Novembro, fiz a promoção nas redes sociais do evento anual de Parabadminton que a Confederação organiza.

Durante essa semana, para além das tarefas já planeadas anteriormente, ainda decidi preparar um vídeo com dois jogadores de Parabadminton em que, durante cerca de 15 minutos, partilharam informações e curiosidades interessantes sobre jogadores com deficiências físicas. No vídeo, os dois participantes comentaram como é ser um jogador Parabadminton e que dificuldades enfrentam regularmente, desde o custo das suas próteses, até ao transporte das mesmas no aeroporto. Desta forma, foi possível alertar e educar o público sobre jogadores com limitações.

Durante o meu estágio no Badminton Europe o Instagram da Confederação atingiu os 100 mil seguidores, tornando-se o badminton uma das modalidades com um aumento maior no número de seguidores online.

Nem todas as atividades pretendidas foram de possível realização, como é o caso de um projeto não terminado, que tinha como objetivo circular nas ruas de Copenhaga, entrevistando pessoas sobre a modalidade. Tinha como principal objetivo perceber o quanto sabiam os cidadãos sobre o desporto e, ao mesmo tempo, educar sobre esta modalidade. Foi uma ideia que partilhei com o gerente, mas que por falta de tempo não foi desenvolvida.

Ao longo do estágio senti que estava a pôr em prática tudo aquilo que aprendi nos meus anos de formação académica. Com todas as competências teóricas que adquiri ao longo de quatro anos de aulas na universidade, finalmente tive a oportunidade de trabalhar no campo do jornalismo e da comunicação, inteiramente. Todas as dificuldades e desafios que surgiram ao longo dos 12 meses, assim como todas as tarefas, desde escrever notícias, até à criação de conteúdos, foi facilitada pelas capacidades que desenvolvi na licenciatura e mestrado.

No geral, foi uma experiência enriquecedora, que me fez superar medos, limitações que até então julgava ter, que me ajudou a aumentar a minha confiança e competências profissionais. Vivi numa cidade, na qual outrora não tinha pousado os pés e mudei-me para um dos países mais felizes do mundo, a Dinamarca. Com mais uma hora do fuso horário de Portugal, moeda diferente, língua incompreensível para um estrangeiro e, no geral, um estilo de vida completamente diferente do português, consegui atingir o meus maiores objetivos: conquistar a minha independência e exercer a minha profissão.

3. Desenvolvimento do Jornalismo

O jornalismo nem sempre foi como o conhecemos agora. Tal como nós, seres humanos, o jornalismo foi-se desenvolvendo com o passar dos anos. “Acta Diurna” é o jornal mais antigo, registado até hoje, com data de criação por volta de 69 A.C., com o propósito de informar a população sobre factos sociais e políticos que ocorriam no Império do romano Júlio César.

Com o evoluir da sociedade e com o passar dos anos, a imprensa foi-se desenvolvendo para aquela que conhecemos hoje em dia. Foi Johannes Gutenberg, o artesão que introduziu a tipográfica na Europa, que no século XV, mais especificamente em 1447, inventou a imprensa de uma forma semelhante à atual. O volume da circulação de informação aumentou significativamente, “Gutenberg idealizou, entre cerca de 1444 e 1456, um método tipográfico em que se fazem moldes de letras usando uma mistura resistente de chumbo, estanho e antimónio” (Sousa, 2008, p. 69).

Foi a partir daí que se instalou um negócio de altos investimentos de capitais, quer nos custos da tecnologia de impressão, quer no papel. Este negócio foi importante no movimento da Reforma, com início das publicações das teses de Lutero. A imprensa teve um grande papel e impacto nas alterações sociais e deu a conhecer às pessoas os seus direitos e liberdades, tornando-se assim um difusor de conhecimento, sabedoria e liberdade.

Relativamente à imprensa industrial podemos referir fatores tecnológicos, económicos e sociais.

Fatores tecnológicos

As inovações tecnológicas foram bastante importantes.

Podemos falar da imprensa manual de Gutenberg, que imprimia cerca de 50 páginas por hora. Em 1814 foi introduzida a impressora cilíndrica movida a vapor pelo The Times de Londres, que aumentou exponencialmente a impressão. Passaram-se a imprimir cerca de 1000 páginas por hora.

Durante os anos 30 conhecemos a imprensa de duplo cilindro, que foi criada por Napier, imprimindo cerca de 4000 páginas por hora.

Com o passar dos anos e com a evolução na imprensa foi possível atingir as 12000 páginas por hora. No final do século já se tiravam 24000 cópias de jornais.

As técnicas de impressão melhoraram, foi possível utilizar várias vezes o mesmo molde de caracteres fixos, deixou de ser necessário gravar os caracteres individualmente e o papel passou a ser introduzido mecanicamente nas rotativas.

Fatores económicos

Devido à revolução tecnológica foi possível criar um novo modelo económico.

Émile Girardin, a 15 de junho de 1836, expôs dois tipos de custos na produção de um jornal: os custos decrescentes e os custos crescentes. Os primeiros referem-se aos custos da redação, da composição tipográfica, administração e do aluguer. Os custos crescentes têm a ver com o custo por exemplar impresso. Segundo Girardin, dados os custos fixos iniciais, o custo de cada exemplar produzido decresce exponencialmente com o número de unidades também produzidas.

Fatores sociais

Relativamente aos fatores sociais surgiu então a ideia de nação, para a qual a imprensa contribuiu imensamente.

Segundo Traquina (2002), só no século XIX é que o jornalismo começa a adquirir características das sociedades democráticas. Com o surgimento dos jornais *penny press*, conhecidos por serem jornais produzidos em massa, de baixo custo, a forma como o jornalismo era feito e visto, mudou por completo. Como Sousa (2008) explica, de entre diversas razões, o baixo preço, a inclusão de publicidade, a linguagem acessível e a atenção à imagem, são pontos cruciais que contribuiriam para a aderência destes jornais.

A publicidade foi um fator realmente transformador para o jornalismo. Traquina (2022) explica que a publicidade encheu as páginas dos jornais e desenvolveu assim uma nova forma de financiamento, “Em finais desse mesmo século [XIX], o jornal tornou-se cada vez mais importante como veículo publicitário.” (p. 22).

O desenvolvimento das tecnologias também contribuiu para que o jornalismo se transformasse a um nível relevante. Aqui apresentamos os meios de comunicação ponto a ponto.

O telégrafo, o telefone, a telegrafia sem fios e a telefonia sem fios são meios combinatórios em rede: crescem pelo princípio de externalidade em rede. O desenvolvimento destas tecnologias também é um tema recorrente no que diz respeito à partilha de informação.

O telégrafo por cabo, em 1886, por exemplo, permitiu que as notícias se espalhassem mais rapidamente, contribuindo assim para a ideia da “nova era do jornalismo cada vez mais global” (Traquina, 2002, p. 24).

A profissionalização do jornalismo tornou-se cada vez mais séria e em 1880, a Associação de Jornalistas Escretores Portugueses foi fundada. O ensino do jornalismo também se destacou grandemente e Joseph Pulitzer foi um dos jornalistas pioneiros na “criação do primeiro curso universitário pós-graduado de jornalismo, na Universidade de Columbia, em Nova Iorque, onde ainda hoje existe a Escola de Jornalismo” (Sousa, 2008, p. 149). Por ser um dos nomes mais famosos no mundo do jornalismo, Pulitzer foi imortalizado ao ter o seu nome dedicado no prémio mais prestigioso da área do jornalismo, o Prémio Pulitzer.

No século XX, a imagem e o áudio associaram-se ao jornalismo e o telejornalismo, o radiojornalismo e o fotojornalismo, são alguns exemplos, do que o desenvolvimento da tecnologia nos trouxe ao jornalismo atual.

4. Jornalismo Desportivo

O jornalismo desportivo é a especialização jornalística que tem como objeto o desporto e liga, de alguma forma, os adeptos com os atletas. É um jornalismo que proporciona emoção, entusiasmo e adrenalina a muitos fãs. Tal como revela João Nuno Coelho, “o carácter industrial crescente da imprensa desportiva está profundamente ligado ao desenvolvimento do desporto enquanto espectáculo de massas” (Coelho, 2001: 57).

O jornalismo desportivo, como todos os estilos de jornalismo, é essencial, “jornalismo é jornalismo: seja ele desportivo, político, económico ou social” (Barbeiro e Rangel, 2006: 13). Como Clóvis Rossi refere, “o jornalismo, independentemente de qualquer definição académica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações dos seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes”.

O desporto faz parte da vida de uma grande parte da população e tal como está presente na natureza do ser humano, a representatividade é uma força que nos guia a prosseguir e progredir.

A motivação e a admiração que o jornalismo desportivo traz aos espectadores, é um fator que contribui para a continuação do consumo desta especialização jornalística, assim como para a promoção da mesma.

Segundo Pinheiro (2011), “o crescente interesse público pelo desporto se deveu, sobretudo, à popularidade que algumas modalidades detinham – ciclismo e tauromaquia – ou começaram a ter – automobilismo e futebol”.

Existem várias opiniões diferentes no que diz respeito a este género jornalístico, uma vez que dentro do mundo do desporto, diversas controvérsias são enfrentadas todos os dias. Assim como Robert Lipsyte afirma, “O jornalismo desportivo é a forma mais próxima de drama a que o jornalismo pode chegar”.

Com inúmeros desportos e adeptos neste mundo desportivo, o aumento do número de histórias cresce significativamente todos os dias. São, diariamente, descobertas e produzidas notícias sobre as centenas estrelas atletas, ou sobre o desporto que praticam. É importante, portanto, saber filtrar que informação é realmente relevante e que informação não pertence nos media, “o jornalismo desportivo é uma questão de escuta, observação, pesquisa e relato”, afirma Michael Elliott.

Na obra de Francisco Pinheiro, “História da Imprensa Desportiva em Portugal”, Pinheiro explica que “o jornalismo desportivo nasceu de forma algo irregular e tardia um pouco por todo o mundo, justificado pelo facto de o futebol só ter começado a ganhar verdadeira importância no final do século XIX” (2011). O autor refere ainda que não existiam práticas desportivas maioritárias, como é o caso de hoje em dia com o futebol.

Diversos meios de comunicação que se especializaram no desporto foram então surgindo. O Sporting Magazine (1792-1870) foi considerado como o primeiro periódico inglês a publicar sobre todos os tipos de desporto. Com o passar do tempo vários outros jornais foram surgindo em diferentes países da Europa e “com o tempo, o noticiário modificou-se de acordo com a preferência do público por determinados desportos. Cada lugar procurava valorizar modalidades específicas que passaram a fazer parte de um processo de identidade cultural. O desporto tornou-se, com a força do jornalismo, um importante fenómeno de cultura e não apenas educacional, e passou a ser tratado na perspectiva do lazer e das competições, transmitidas como informação pelos veículos de comunicação” (Tubino in Gurgel, 2009, p. 198).

O desenvolvimento da tecnologia influenciou imensamente o jornalismo no geral, e o jornalismo desportivo começou a ser cada vez mais promovido nos media. A primeira transmissão através da rádio de um evento desportivo, ocorreu em 1921, pela Rádio KDKA. Esta estação de rádio foi a primeira a obter licença nos Estados Unidos da América, para operar uma estação comercial. A 2 de julho de 1921, a KDKA divulgou a primeira transmissão nacional de uma luta de boxe com comentários ao vivo.

Apesar da grande contribuição da rádio, foi com a ajuda da televisão que o jornalismo desportivo se expandiu de forma desmedida. Segundo Tubino, “a televisão modificou a comunicação e passou a valorizar o desporto como um espetáculo de imagens e informação” (Tubino in Gurgel, 2009, p. 720).

Mesmo alcançando a rádio e a televisão, o jornalismo desportivo, por vezes, ainda é visto com um passatempo por outros profissionais, “há alguns anos, não muitos, o jornalismo desportivo era aceite, no máximo, como de segunda divisão. Os seus profissionais e colaboradores sentiam o estigma, mesmo praticando o jornalismo de maior audiência em Portugal” (Sobral e Magalhães, 1999). Já Macedo comenta sobre o jornalismo desportivo e a sua correlação com o entretenimento, “um dos elos mais fracos do jornalismo e, em alguns casos, é inclusivamente encarado como um meio de mero entretenimento” (2008, p. 56).

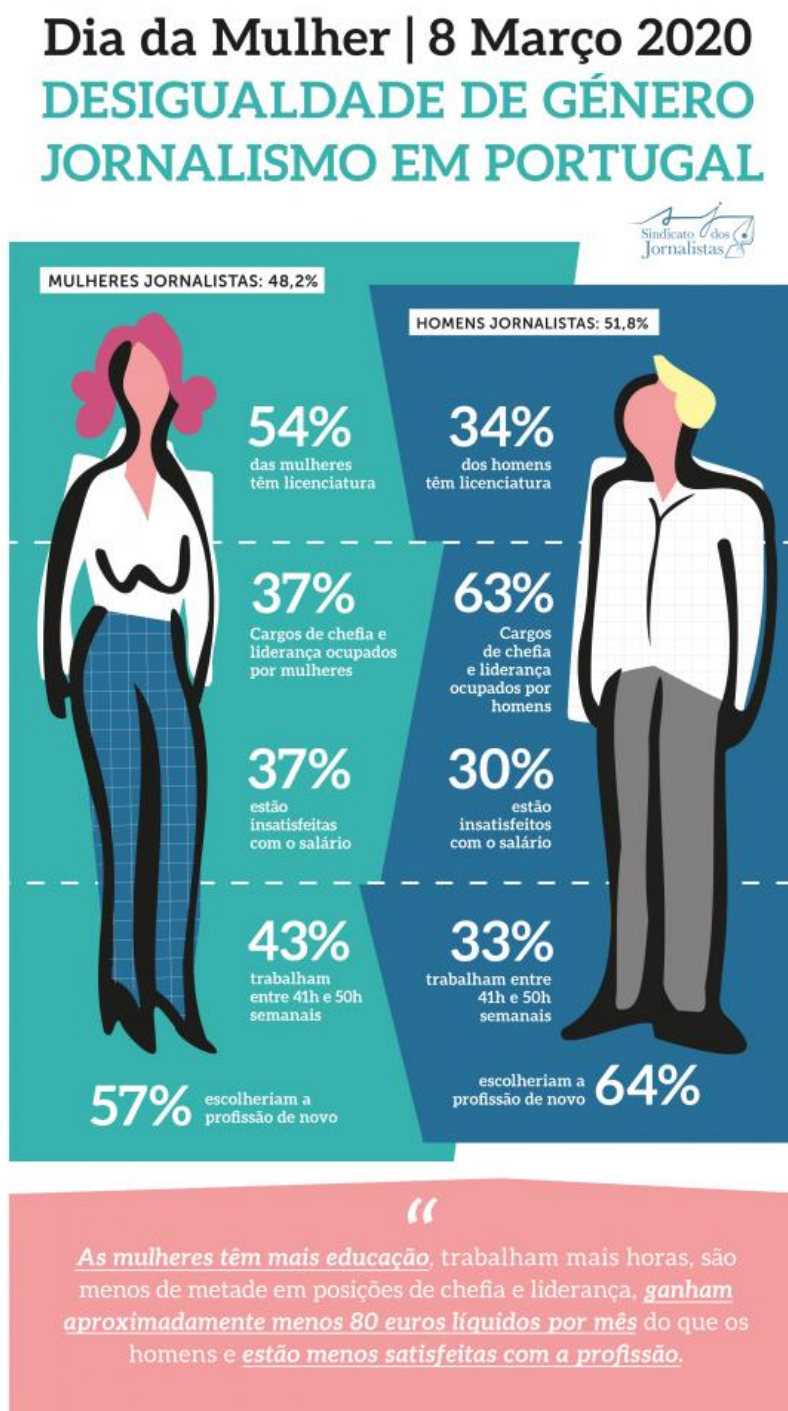
Outro aspeto relevante dentro deste tema são os estudos de género, “se já de si os estudos de género em qualquer disciplina são limitados, no âmbito concreto da comunicação as contribuições reduzem-se consideravelmente” (Gallego, in Silveirinha, 2004: 55).

Em pleno século XXI, apesar das mentalidades estarem a mudar, o desporto e o jornalismo desportivo ainda estão associados, em grande parte, a indivíduos do sexo masculino. A especialização jornalística do desporto, inicialmente, era de maior aderência pelo sexo masculino, “os periódicos desportivos tornaram-se no século XX na principal área informativa especializada (...) junto do leitor português (infantil, juvenil e adulto, sobretudo na dimensão masculina, com a presença, embora residual, do feminino). (...) Inicialmente era uma imprensa de homens, escrita por homens, feita para homens, em que eles eram os únicos intervenientes e a única origem dos temas” (Pinheiro, 2003: 41).

“Era quase impossível ver mulheres no esporte até o início dos anos 1970. A coisa mudou. Não que hoje as redacções esportivas tenham o mesmo número de mulheres com relação ao contingente masculino. Mas é possível até que o índice feminino na redacção reflecta o interesse da população” (Coelho, 2003).

Em 2020 foi publicada uma imagem no Dia da Mulher, a 8 de março, que ilustra a desigualdade de género no jornalismo em Portugal.

Figura 9. Desigualdade de género no jornalismo em Portugal



Dados do inquérito: "Os jornalistas portugueses são bem pagos?" Inquérito às condições laborais dos jornalistas em Portugal, realizado por uma equipa do ISCTE, 2017.

Fonte: <https://jornalistas.eu/mulheres-jornalistas-trabalham-mais-horas-mas-ganham-e-chefiam-menos/>

O Sindicato dos Jornalistas (SJ) partilhou os dados de um inquérito realizado por uma equipa do Instituto Universitário de Lisboa para o 4º Congresso dos Jornalistas. Fica aqui uma citação relativa ao inquérito, “as mulheres têm mais educação, trabalham mais horas, são menos de metade em posições de chefia e liderança, ganham aproximadamente menos 80 euros líquidos por mês do que os homens e estão menos satisfeitas com a profissão”.

5. Jornalismo Digital

Ao longo dos anos, a internet e as redes sociais evoluíram exponencialmente, fazendo com que uma grande parte da população aderisse a estas tecnologias. Com o passar do tempo, diferentes formas de comunicação foram desenvolvidas, não só com a chegada de novas gerações ao mundo online, mas também com a evolução da sociedade e dos parâmetros culturais.

A Internet foi originada a partir da Arpanet, que foi a primeira a ser implementada. Surgiu nos anos 60 e manteve-se durante praticamente toda a década de 70 como a mais importante. A internet foi inventada para permitir a computação distribuída – um computador é possibilitado de utilizar as capacidades computacionais dos outros computadores. É uma rede de redes físicas conectadas entre si através de um protocolo comum – TCP-IP – aberto no seu duplo sentido: software em domínio público e definição de uma arquitetura end-to-end. O protocolo TCP-IP, suporta qualquer tipo de aplicação criada, como por exemplo: o YouTube, Skype, Rádio FM, Facebook, entre outros. Isto faz com que a internet se torne, de facto, um novo meio de comunicação.

A partir de 1993/94, percebeu-se que o futuro dos computadores não estava na ideia de uma rede privada/proprietária e foi assim que as massas começaram a usufruir da internet.

Em 1991, é criada uma nova rede, a World Wide Web (WWW). Esta rede virtual, de tipo cliente/servidor, assenta na rede física da Internet e o principal protocolo da WWW é o HTTP (aberto e neutral: de domínio público e suporta todos os formatos). Quando se insere um link e seleciona “enter”, o browser não vai diretamente à página, mas a um servidor DNS, onde estão tabelas que fazem corresponder endereços web a endereços IP, que correspondem a uma determinada página web. WWW é um meio de comunicação com características singulares, distinguindo-se de qualquer outro meio/rede.

Com estas atualizações, o jornalismo adaptou-se ao meio digital. Os jornais adotaram as redes sociais e plataformas online, como foi o caso do El País Digital, agora designado El País.com, que se lançou online pela primeira vez em 1996.

Em Portugal, A Bola, O Jogo e Record, entre outros, também se juntaram ao digital e aderiram a estas plataformas digitais.

Apesar da transição para o mundo virtual, no jornalismo tradicional ainda são encontrados vários pontos em comum, “as publicações mantêm as mesmas características essenciais dos meios que lhe deram origem”, comenta João Canavilhas (2006, p.2).

Segundo Kevin Kawamoto, o jornalismo digital é o uso de “tecnologias digitais para pesquisar, produzir e entregar (ou tornar acessível) notícias e informação para uma crescente audiência alfabetizada em informática” (2003, p. 4).

Mesmo tendo várias semelhanças ao jornalismo tradicional, o jornalismo digital desenvolveu as suas próprias peculiaridades, tal como: a instantaneidade, a interatividade, a distribuição simplificada, a produção de baixo custo de conteúdos, a sua componente tecnológica e a possibilidade de atualizar dados em tempo real. Para além destes pontos, o conteúdo multimédia e audiovisual ainda contribui para a grande adesão do público a este tipo de jornalismo.

John V. Pavlik fala sobre este tema e afirma que graças ao jornalismo digital, “qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real”.

Torres ainda acrescenta que, “a digitalização de conteúdos e a internet revolucionaram os processos de produção e distribuição dos media, o que permitiu a proliferação dos media a ponto de qualquer pessoa poder criar em poucos minutos o seu medium individual pela internet (o site, o blogue); criaram-se formas de distribuir e ver conteúdos audiovisuais, nomeadamente o Youtube” (2011).

Porém, o jornalismo digital não trouxe só vantagens, comparado com o jornalismo tradicional. João Canavilhas (2004, p.2), acredita que o jornalismo no mundo digital trouxe uma avalanche de notícias, e o excesso de informação tornou-se real, dificultando a descoberta de informações realmente essenciais e desejadas, “a dada altura tornou-se difícil encontrar a informação pretendida entre os milhares de páginas disponíveis, sendo que em alguns casos os dados encontrados não coincidem”.

É também neste meio, que as *fake news* ganham forma. As *fake news*, notícias criadas intencionalmente falsas ou enganosas, estão presentes em grande escala no jornalismo digital e nas redes sociais.

As redes sociais são os mais utilizados meios de comunicação da atualidade. Permitem que o emissor seja, ao mesmo tempo, o recetor. São meios de comunicação rápidos

e de fácil acesso, e os conteúdos partilhados são muito mais diversificados do que nos meios de comunicação tradicionais.

É através das redes sociais que surge um terceiro desafio. Gil Ferreira (2018), faz referência ao facto das redes sociais partilharem conteúdo jornalístico de forma completamente gratuita, internacionalmente, não contribuindo, assim, para o lucro económico dos órgãos de comunicação social. “A maioria das pessoas não está disposta a pagar por notícias online e as tendências atuais indicam que também não estarão no futuro, pelo menos para o tipo de notícias que conseguem aceder gratuitamente” (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, & Nielsen, p. 10), constata o Digital News Report de 2019, do 16 Reuters Institute.

“A digitalização de conteúdos e a internet revolucionaram os processos de produção e distribuição dos media, o que permitiu a proliferação dos media a ponto de qualquer pessoa poder criar em poucos minutos o seu medium individual pela internet (o site, o blogue); criaram-se formas de distribuir e ver conteúdos audiovisuais, nomeadamente o Youtube” (Torres, 2011).

6. Jornalismo Desportivo nos Media

Como já conseguimos analisar, o jornalismo no digital é consumido a um ritmo completamente diferente do jornalismo tradicional, e mais rapidamente um consumidor procura uma notícia online, antes de ir comprar um jornal físico.

Este número ainda se torna mais significativo quando analisamos os conteúdos noticiosos publicados nas redes sociais. Para além do público preferir consumir informação à distância de um click, ainda dá prioridade ao conteúdo gratuito, “entre as tendências mais negativas que caracterizam a relação dos portugueses com os conteúdos noticiosos destaca-se a fraca adesão a práticas de pagamento por conteúdos noticiosos. Em 2019, apenas 7,1% dos portugueses afirmam ter pago por notícias online no ano anterior” (Cardoso et al., 2019, p. 11).

Nada disto muda no que diz respeito ao jornalismo desportivo que é partilhado no digital.

O jornalismo desportivo é uma das especializações mais consumidas nos media, mas mesmo assim não é das mais estudadas, “não deixa de ser paradoxal que uma área que suscita tanto interesse do público como o jornalismo desportivo, seja tão pouco estudada e, até mesmo, tenha alguma dificuldade em entrar na academia, como se estivéssemos perante um jornalismo menor” (Lopes e Pereira, 2006, p. 8).

No entanto, não é por causa disto que o jornalismo desportivo não deixa de ser um dos preferidos do público. Na década de 1990, com o aparecimento das estações privadas, como a SIC e a TVI em Portugal, o desporto foi aproximado ao público. Assim, também se sentiu uma grande expansão no desporto, que para além de ser lido nos jornais, agora podia ser visto e ouvido no conforto de cada espectador. Segundo David Rowe, foi o desenvolvimento das competições, o aumento das publicidades e a emergência de novos meios de radiodifusão que levaram ao aparecimento de novos fluxos de receita. Por causa disso, as notícias de desporto alcançaram novas multidões e ganharam valor. Para Rowe, os meios de comunicação convertem-se assim como “o motor económico e cultural do desporto”, por atraírem “a maior parte do capital que, por sua vez, cria e dissemina as imagens e as informações que geram mais capital e mais desporto, naquela que é uma espiral ascendente” (Rowe, 2004, p.72).

Novos canais desportivos foram criados, proporcionando mais mediatismo ao desporto, entendendo a audiência como fonte de rendimento e ainda alcançando notoriedade na sociedade.

Para além de se verificar um aumento no número de dispositivos eletrónicos usados pelos espectadores, o número de consumidores de desporto também subiu.

Em 2021, Gina Shalavi partilhou que num período de um ano houve um aumento de 65% no tempo de exibição de conteúdos desportivos em televisões.

Figura 10. Aumento no tempo de exibição de vídeos desportivos



Fonte: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/tendencias-de-comportamento/watch-youtube-on-tv/>

“Se por um lado, o desporto influencia a educação, as práticas sociais e até a construção de identidades e valores culturais dos indivíduos; por outro lado, os media produzem, reproduzem e divulgam informações, criam e transmitem eventos, fornecendo ao público uma oportunidade para estruturar o seu conhecimento e compreender o seu valor” (TB Fazenda, S Pimenta, AM Costa, 2023).

Gulam, ainda acrescenta que “atualmente, a estreita interação entre os media e o desporto são indispensáveis. Com uma relação de complementaridade, o desporto precisa da publicidade e da projeção dos media para chegar às massas, ao maior número de população possível; enquanto os media se alimentam de notícias fornecidas pelas diferentes modalidades desportivas” (Gulam, 2016, p. 51).

Não podemos deixar de falar sobre futebol quando o tópico é o jornalismo desportivo. Sendo esta uma das modalidades mais aderidas no mundo pelos espectadores, muitos

autores abordam como esta modalidade afetou os media. Como a modalidade desportiva “mais praticada e difundida pelos media, o futebol transformou-se num veículo de expressão de identidade na nossa sociedade, quer para quem o pratica, quer para quem a ele assiste” (Cardoso, Xavier & Cardoso, 2007, p. 120).

No que diz respeito ao negócio lucrativo, a cobertura mediática é essencial para a visibilidade dos desportos e com ela é possível transmitir toda a informação/conhecimento ao público. É esta uma das razões do futebol e os media manterem uma interdependência de interesses comuns (Evens, Iosifidis & Smith, 2013).

Em Portugal, entre 1 de janeiro e 30 de novembro de 2018, foram publicadas 589.407 notícias apenas sobre futebol (Cision, 2018). Relativamente à rádio e televisão, 14.440 horas de emissão, excluindo as transmissões de jogos, foram dedicadas à modalidade. Consequentemente, a divulgação deste desporto nas redes sociais e em websites foi em grande escala, tornando-se assim presente na vida de milhões de indivíduos.

7. Representação de Atletas

Com tanta afluência ao desporto nos media, resta perceber de que forma é que estas modalidades e os atletas em si são representados. Que tipo de conteúdo está o público a consumir?

Para explorar essa ideia, é importante perceber que, desde sempre, foi possível identificar uma diferença entre indivíduos sexo feminino e indivíduos do sexo masculino no mundo do jornalismo e do desporto.

Num mundo dominado maioritariamente por homens, em pleno século XXI continua a ser “visto como algo curioso uma mulher que parece entender de esportes” (Coelho, 2003: 35).

A luta pela igualdade de género e a emancipação feminina promovem o empoderamento da mulher, e cada vez mais se luta pela ideia de um mundo mais justo e com oportunidades para todos. Por causa disso, é normalizada a participação da mulher em áreas que outrora seriam consideradas incomuns.

“De uma forma geral o interesse feminino por assuntos que não estejam ligados apenas ao seu cotidiano como moda, educação, casa e filhos é justificado pelo aumento da escolaridade das mulheres e isso reflete em áreas que antes eram apenas dominadas pelos homens, como é o caso do esporte” (Alexandrino, 2011: 37).

Com o aumento da aderência das mulheres na prática de desporto, conseguimos ver um aumento do número de atletas do sexo feminino.

Os Jogos Olímpicos de 2012, em Londres, marcaram a história no mundo de desporto de alto rendimento, visto que foi nesses mesmos Jogos Olímpicos, que pela primeira vez, todos os países participantes tiveram mulheres na sua comitiva.

Este marco é de grande significância no desporto, uma vez que nos Jogos Olímpicos da antiguidade, a primeira regra era a proibição da participação de mulheres em todas as modalidades. Atualmente, e com o passar dos anos, é possível observar um número crescente de mulheres que participam nos Jogos, batendo recordes mundiais.

Podemos analisar o caso de Portugal, que em 2012 viajou com 75 atletas para os Jogos Olímpicos, sendo que desses 75 atletas 43 (57%) eram homens e 32 (43%) mulheres, um número consideravelmente perto dos 50%. E como os Jogos de 2012 fizeram história, não

podemos ignorar o caso da Arábia Saudita, que incluiu pela primeira vez duas mulheres na sua delegação. Apesar da negativa influência dos media no seu país, as atletas competiram seguindo as regulamentações do seu país (uso de hijab).

Aqui surge outro ponto importante sobre a cobertura do jornalismo desportivo, “o jornalismo desportivo tem sido uma área em que a conquista da equidade de género ainda está distante de ser alcançada. Há poucas mulheres nas redações desportivas e há poucas mulheres protagonistas no noticiário desportivo, principalmente na mídia impressa, berço histórico dessa área do jornalismo” (John, 2014: 498).

Para além disso, ainda existe a ideia de que, por não ser um ramo dominado pelo sexo feminino, as mulheres “têm que combater os estereótipos que estão enraizados, ou seja, têm que desempenhar as funções tão bem ou melhor do que os homens” (Cerqueira, 2008: 712), para obter algum tipo de reconhecimento.

“Ainda que sob ameaças de mudança, o futebol, como frequentemente proclamado, parece continuar a ser uma arena de masculinidade. Um número maior de homens do que de mulheres continua a viver o futebol, mas, uma vez que as mulheres vivem com os homens, o impacto do futebol, para o bem e para o mal, não está limitado à parte masculina da sociedade” (Tiesler & Coelho, 2006: 318).

De forma a complementar o presente capítulo, alguns casos vão ser analisados no capítulo oito.

8. Casos reais

8.1. Futebol masculino vs feminino

8.1.1. Retrato das mulheres nos media

Continuando na modalidade do futebol, analisemos o vídeo viral produzido pela agência Marcel para a operadora de telecomunicações Orange, da França.

O vídeo publicado a 29 de junho de 2023, utiliza inteligência artificial para trocar as caras dos jogadores em campo. O vídeo original retrata algumas das jogadoras mais conhecidas de França em campo, mas no início do vídeo, os seus rostos são alterados para os de jogadores de futebol do sexo masculino, como por exemplo Kylian Mbappe e Antoine Griezmann. Tudo isto, para no fim revelar a verdadeira identidade de quem estava por trás dos passos de futebol incríveis que tinham acabado de ser apresentados. Aí, conseguimos ver estrelas femininas como Sakina Karchaoui e Selma Bacha.

O vídeo passa a mensagem emocionante e inclusiva de que as atletas do sexo feminino merecem a mesma atenção que os atletas do sexo masculino, uma vez que têm o mesmo potencial atlético. Nos últimos segundos do vídeo a palavra Bleus muda para Bleues, de forma a fazer referência à seleção feminina.

O vídeo foi bastante elogiado por diversos profissionais de marketing. Kristian Gallucci comenta, “este é um dos melhores anúncios de desporto que já vi. Anúncio da Copa do Mundo Feminina da França com as estrelas francesas Kylian Mbappe e Antoine Griezmann - ou não? Assista até o fim. O anúncio diz "Apenas Les Bleus podem-nos dar estas emoções. Mas não são eles que você acabou de ver." A filmagem retrocede e o processo de edição VFX é revelado, mostrando que as habilidades e os golos marcados são, na verdade, de jogadoras femininas dos Les Bleues, incluindo Sakina Karchaoui e Selma Bacha. É assim que se muda a percepção do desporto feminino”.

8.1.2. Diferença salarial

Ainda sobre a Copa do Mundo, mais fatores interessantes nos mostram como é que a representação entre atletas do sexo masculino e feminino são apresentados nos media.

Em 1991, ocorreu a primeira edição do torneio feminino, na China, sendo que apenas 12 seleções participaram. 24 anos depois, em 2015, o número de participações aumentou para 24 equipas. Finalmente, em 2023 a competição contou com 32 equipas femininas, ou seja, a mesma quantia das equipas da competição masculina. Apesar deste número ter finalmente se aproximado em ambos os sexos, ainda existe um grande contraste no número de edições da Copa, sendo que a do futebol feminino fica atrás do masculino em 14 edições.

Em 2023, a Federação Internacional de Futebol aumentou o valor do prémio total da Copa do Mundo feminina, para uma soma total de 110 milhões de dólares, no entanto, a da Copa masculina continua com um valor bastante superior, com uma soma total de 440 milhões de dólares, na Copa de 2022, que teve lugar no Catar.

Figura 11. Desigualdade de gênero no futebol



Fonte: <https://www.politize.com.br/copa-do-mundo-feminina-e-desigualdade-de-genero/>

Depois desta análise, é interessante perceber o porquê desta diferença monetária tão grande.

Como Monalisa Ceolin afirma “sem visibilidade não há investimento e sem investimento não há visibilidade. Funciona mais ou menos como um ciclo vicioso: os dirigentes esportivos não investem no futebol feminino; as empresas não apoiam as jogadoras; a mídia não faz coberturas dos eventos; os eventos rendem menos e, em algum

ponto, essa falta de apoio se transforma em um empecilho à prática do esporte para as mulheres”.

A falta de interesse do público, as diferenças lucrativas entre as competições masculinas e femininas, o pouco investimento dos media, e a diferença de qualidade de jogo, são alguns dos argumentos utilizados para a tentativa de justificar esta diferença entre os atletas masculinos e femininos.

Apesar desta diferença notória, que ainda se sente nos dias de hoje, “em todo o mundo, torcedores homens e mulheres estão se interessando cada vez mais pelo futebol feminino e, além de elogiar o ambiente mais seguro e festivo das arquibancadas, apreciam a qualidade e o espetáculo protagonizado pelas jogadoras. Pode ser que o futebol feminino ainda tenha que crescer mais, e em vários aspectos, inclusive econômico, ainda existem lacunas significativas em comparação com a versão masculina” afirma José Carlos Cueto.

8.2. Ofensas sexuais

8.2.1 Caso Jenni Hermoso e Luis Rubiales

O presidente da Federação Espanhola de Futebol, Luis Rubiales, beijou a jogadora Jenni Hermoso, durante a celebração da Copa do Mundo, após a seleção feminina ter conquistado o título, em 2023. Este acontecimento gerou muita revolta e atenção por todo o mundo, especialmente nas redes sociais.

Para além das críticas do primeiro-ministro de Espanha, Pedro Sánchez, diversas personalidades espanholas comentaram o comportamento impróprio de Rubiales, havendo até sugestões do ato ser considerado violento a nível sexual. Além do mais, 11 membros da comissão técnica de Espanha se demitiram em protesto contra a Federação. Os 11 membros partilharam o seguinte comunicado:

“Em decorrência dos acontecimentos ocorridos após a final da Copa do Mundo de Futebol Feminino, parte da seleção feminina de futebol deseja tornar pública sua posição através dos seguintes pontos:

1. Os abaixo assinados expressam a sua mais firme e enfática condenação à conduta demonstrada pelo presidente da Federação Espanhola de Futebol, Luis Manuel Rubiales Béjar, com a jogadora da Seleção Nacional Feminina, Jennifer Hermoso.

2. Após a Assembleia Geral Extraordinária da Real Federação Espanhola de Futebol, realizada no dia 25 de agosto de 2023, na qual o presidente da RFEF não apresentou a sua demissão e na qual apresentou uma história que não reflete de forma alguma qualquer dos sentimentos da referida jogadora, que afirmou expressamente sentir-se “vítima de agressão”, esta parte da Comissão Técnica apoia a jogadora Jennifer Hermoso, endossando a versão por ela oferecida. Acrescentando o inconveniente de ter que necessariamente comparecer à referida assembleia do dia 25 de agosto, na qual, além disso, ocorreu um acontecimento particularmente doloroso para esta comissão técnica, uma vez que várias das integrantes femininas da comissão técnica foram obrigadas a vestir na primeira fila, expondo sua imagem e tentando fazer com que a sociedade e os jogadores entendam.

3. Por todas estas razões, os abaixo assinados, à luz das atitudes e declarações inaceitáveis do líder máximo da RFEF, tomaram a decisão de colocar os seus cargos à disposição da RFEF.

4. Esta parte da equipe técnica manifesta o seu apoio ao comunicado divulgado pelas jogadoras da seleção, em referência às referidas ações e declarações do presidente da RFEF, e mais especificamente às declarações públicas proferidas pela jogadora Jenni Hermoso.

5. Os abaixo assinados pretendem terminar esta declaração assumindo a parte de responsabilidade que nos cabe no que diz respeito à reestruturação e profissionalização da Seleção Nacional Feminina Absoluta, tarefa para a qual sempre trabalhamos com a maior motivação e profissionalismo”.

A Federação Internacional de Futebol (FIFA) também abriu um processo disciplinar contra Luis Rubiales, que pode ter violado os Artigos 13.1 e 13.2 do Código Disciplinar da FIFA:

“13. Comportamento ofensivo e violações dos princípios do jogo limpo

1. As associações e os clubes, bem como os seus jogadores, dirigentes e quaisquer outros membro e/ou pessoa que exerça função em seu nome, deverá respeitar as Leis do Jogo, bem

como os Estatutos da FIFA e as regulamentos, diretivas, diretrizes, circulares e decisões, e cumprir com os princípios de fair play, lealdade e integridade.

2. Por exemplo, qualquer pessoa que aja de qualquer uma das seguintes formas pode estar sujeita a medidas disciplinares:

a) violar as regras básicas de conduta decente;

b) insultar de qualquer forma uma pessoa singular ou coletiva, especialmente através do uso de gestos, sinais ou linguagem ofensiva;

c) utilização de evento desportivo para manifestações de caráter não-esportivo;

d) comportar-se de uma forma que coloque o esporte futebol e/ou FIFA em descrédito;

e) alterar ativamente a idade dos jogadores indicada nos bilhetes de identidade que eles produzir em competições sujeitas a limites de idade”.

8.2.2. Ex-tenista violada por treinador

Angélique Cauchy, ex-tenista francesa, afirma ter sido violada 400 vezes pelo antigo treinador, “durante um estágio em La Baule, vivi as piores semanas da minha vida. Ele violava-me três vezes por dia”, partilha Cauchy na [notícia](#) publicada pela SIC Notícias.

A ex-tenista tinha apenas 12 anos quando estes eventos ocorreram, “tentei defender-me e pedia-lhe que parasse, repetindo dia após dia “não me toque, isto não está bem, não quero”. Mas ele respondia “não te preocupes, isto acontece muitas vezes entre os treinadores e as alunas”. Mas eu não queria. Ele tinha a idade da minha mãe. Pensei muitas vezes em suicidar-me”, acrescenta.

Andrew Geddes, o treinador, foi condenado a 18 anos de prisão pelas acusações de abusos sexuais por dois anos consecutivos.

Esta notícia foi partilhada no website da SIC Notícias, assim como na sua página de Instagram, a 14 de setembro de 2023. Na publicação, centenas de comentários foram partilhados por seguidores que, maioritariamente, criticam os atos de Geddes:

- “Fui só eu que achei 18 anos de prisão, pouco tempo?”, com mais de 300 gostos;
- “Acredito que as “400x” seja uma estimativa pelo tempo que ela passou estando com este homem. E as “pessoas” preferem focar nisto do que no absurdo do que se passou com essa mulher. É POR ISTO E POR ESTE TIPO DE GENTE E JULGAMENTO SOBRE A VÍTIMA QUE SE DEMORA TANTO A DENUNCIAR OS ABUSOS!”, com mais de 600 gostos;
- “É cada comentário aqui que dá vômitos!!!! Gente, estamos a falar de uma menina!!!! 12 anos!!!! Começou a viver um inferno aos 12 anos!!!! Quando deveria andar feliz nos passeios com as amiguinhas!!!! Podia ser filha, irmã, amiga de qualquer um de nós!!!! RESPEITO POR ESTA MENINA!!!!”, com mais de 300 gostos;
- “A ignorância de alguns comentários arrepiam tanto quanto a notícia. Já agora, um esclarecimento - Criança abusada dificilmente fala por medo”, com mais de 300 gostos;
- “Ver a quantidade de pessoal a duvidar da vítima dá imenso dó, vocês nem pessoas são”, com mais de 200 gostos;
- “Castração é a única medida a tomar além da prisão, sem pestanejar!!!”, com mais de 300 gostos.

São estes os comentários feitos por diversas pessoas que se revoltaram com a notícia e defendem a vítima, desprezando aqueles que questionam ou duvidam de tal acontecimento.

Estes exemplos analisados são apenas dois dos milhares de casos de abuso sexual que existe no mundo do desporto e, conseqüentemente, partilhado nos media.

9. Metodologia

Terminado o enquadramento teórico do relatório, capaz de suportar o estudo empírico, inicia agora a fase de investigação, com o objetivo de responder ao problema de investigação.

Foi então realizada uma pesquisa exploratória, que incluiu pesquisa bibliográfica e a análise de dados recolhidos através de um questionário.

O tema deste trabalho tem como título “A Representação dos Atletas nos Media” e tem como principal foco de análise as diferenças entre os atletas de sexo feminino e masculino.

Como podemos analisar na parte da contextualização teórica, é evidente que existem diferenças na maneira como os atletas são representados nos media, dependendo se são do sexo feminino ou masculino, mas agora resta perceber em que ponto é que isto afeta a sua representação. Será que, por todas as razões apresentadas no capítulo anterior, as atletas têm menos representatividade que os atletas nos media?

Desta forma coloca-se a seguinte questão de partida:

"Será que as atletas são menos representadas nos media do que os atletas?"

Assim, partindo da grande questão de investigação, coloco as seguintes sub-questões e as suas respetivas hipóteses:

P1: Em que medida, o género dos atletas está relacionado com o consumo de desporto nos media?

H1: O género dos atletas está associado com o consumo de desporto nos media.

P2: Há diferença entre atletas do sexo masculino e feminino, no que diz respeito à sua representação nos media?

H2: O sexo dos atletas está associado com a maneira como são representados nos media.

P3: Os media diferem em grande escala na quantidade de publicações sobre os homens e mulheres do mundo do desporto?

H3: O género dos atletas está associado com a quantidade de publicações divulgadas pelos media.

De modo a responder às questões apresentadas foi utilizado um método de recolha de dados de natureza quantitativa, através de um questionário. Este questionário ajudou a perceber as tendências de consumo do público de conteúdo desportivo nos media. O Formulário da Google foi a plataforma usada para a execução do inquérito, sendo que o mesmo ficou aberto a submissão de respostas por três dias, e encerrado após ter atingido as 100 respostas.

10. Análise de dados

Neste capítulo o questionário compreendido será analisado, assim como as suas respostas, de forma a ser possível responder às questões colocadas no capítulo da metodologia.

Em primeiro lugar, vamos examinar as perguntas do inquérito. A primeira questão colocada ao público foi para identificarem o seu sexo, de forma a definir o género do público que participou. De seguida, mais três perguntas obrigatórias foram colocadas:

- Consume mais desporto nos media com representação de atletas do sexo masculino ou feminino?
- Nota alguma diferença na forma como as atletas do sexo feminino e os atletas do sexo masculino são representados nos media?
- Encontra mais notícias de desporto sobre atletas masculinos ou femininos?

Relativamente ao sexo dos inqueridos, este foi o resultado apresentado em forma de diagrama circular:

Sexo
100 respostas

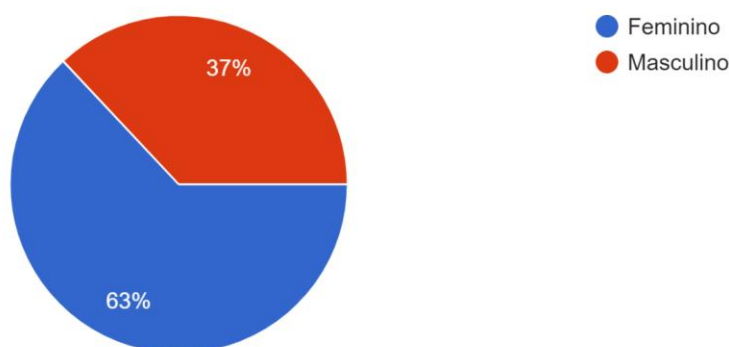


Gráfico 1. Percentagem do sexo dos inqueridos

Como podemos ver, das 100 pessoas que responderam ao questionário, 63 foram indivíduos do sexo feminino e 37 do sexo masculino.

Relativamente à segunda questão:

Consome mais desporto nos media com representação de atletas do sexo masculino ou feminino?

100 respostas

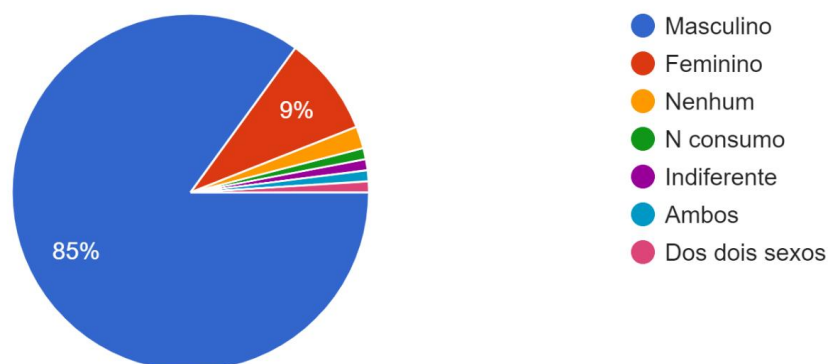


Gráfico 2. Percentagem do consumo de desporto relativo ao sexo dos atletas

Na segunda questão, 85 pessoas responderam que consomem mais desporto nos media com a representação de atletas do sexo masculino. Apenas 9 de 100 indivíduos afirmam consumir mais desporto que representa atletas do sexo feminino.

Em todas as questões havia a opção “outro”, que permitia aos inquiridos adaptar a sua resposta, caso necessário. Nesta questão, duas pessoas comentaram “nenhum”, dando a entender que não consumiam desporto nos media. Outra pessoa comentou “não consumo”, fazendo assim com que três pessoas não se considerem consumidoras ativas de desporto. “Indiferente” foi o próximo comentário que um indivíduo colocou, mostrando que o sexo dos atletas não é algo que considere relevante ou escolha por iniciativa própria quando assiste a desporto. Mais duas pessoas utilizaram a opção “outro” e responderam com “ambos” e “dos dois sexos”, fazendo assim parte do grupo de inquiridos que considera consumir de forma igual desporto com representação do sexo masculino e feminino.

Passando para a terceira questão:

Nota alguma diferença na forma como as atletas do sexo feminino e os atletas do sexo masculino são representados nos media?

100 respostas

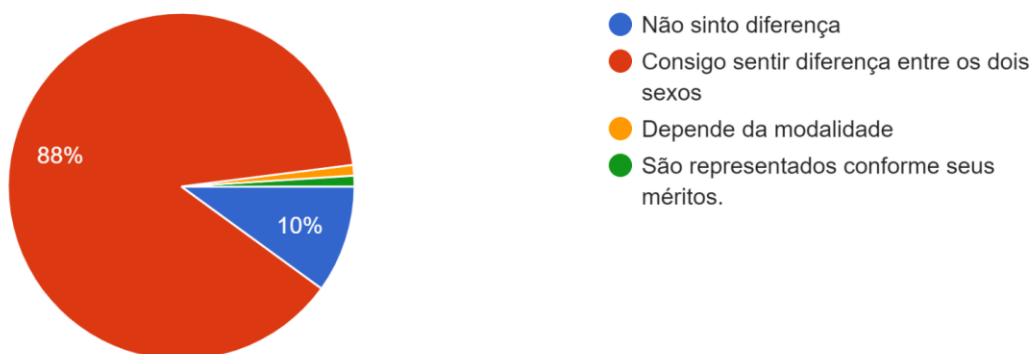


Gráfico 3. Percentagem da diferença da representação dos atletas femininos e masculinos

Relativamente à terceira questão, 88 pessoas admitem sentir diferença no que diz respeito à forma como os atletas masculinos e as atletas femininos são representados nos media. Apenas 10 indivíduos afirmam não sentir nenhuma diferença. Uma pessoa comentou que sentia diferença “dependendo da modalidade” e outra afirmou acreditar que os atletas “são representados conforme seus méritos”.

Por último, a quarta questão:

Encontra mais notícias de desporto sobre atletas masculinos ou femininos?

100 respostas

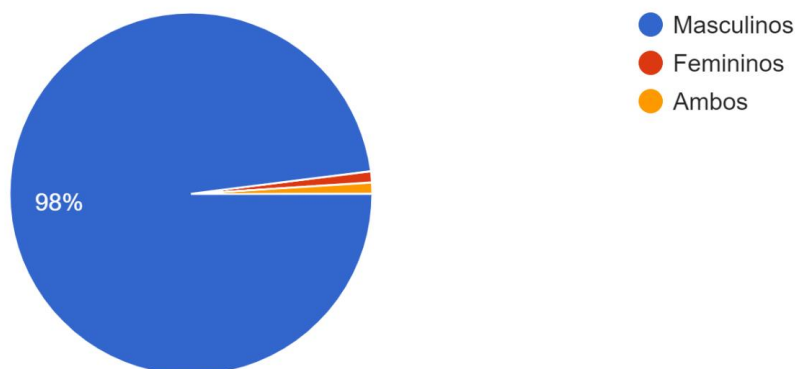


Gráfico 4. Quantidade de notícias sobre os atletas

Na última questão, os resultados foram mais unânimes e 98 pessoas concordaram que encontravam mais notícias sobre atletas do sexo masculino do que feminino. Apenas uma pessoa votou em “feminino” e outra em “ambos”.

Conclusão

A minha experiência enquanto estagiária no Badminton Europe Confederation, por um ano completo, foi transformativa. Foi possível colocar em prática todos os conhecimentos adquiridos nos três anos de licenciatura e no primeiro ano de mestrado.

No Badminton Europe aprendi a trabalhar no ramo da comunicação e aproveitei todos os momentos para aumentar a minha capacidade de adquirir informação. Conheci dezenas de pessoas competentes, profissionais dedicados e atletas de alto rendimento.

Consegui perceber como é que as organizações funcionam, as suas estruturas, os objetivos e os procedimentos a realizar até alcançar esses objetivos. Passei dias que me ensinaram a viver uma rotina profissional, cumprir horários, metas e objetivos diários, quer de forma individual, quer com a colaboração dos meus colegas de trabalho. Também vivi dias totalmente fora da rotina de escritório, em que estive envolvida com a criação e edição de conteúdo, entrevistas e muito mais. Esses dias foram sem dúvida os mais desafiantes, mas também os que mais me ensinaram. Acabei o estágio a sentir-me completamente preparada para entrar no mundo de trabalho, com as mesmas capacidades de qualquer outro meu colega do Badminton Europe.

Este percurso na Confederação permitiu-me abrir os meus horizontes e investigar assuntos que antes não tinha sequer pensado sobre. Ao trabalhar com estrelas do badminton, comecei a prestar atenção em como elas eram representadas nos media. De seguida percebi que essa representação tinha alguma discrepância, principalmente noutros desportos, como é o caso do futebol. Daí decidi aprofundar mais este tema e incluí-lo no relatório de estágio.

Como conseguimos perceber ao longo deste trabalho, o jornalismo desportivo não é fácil e, já desde há muito tempo, que enfrenta diversos desafios. Também foi possível analisar que, de facto existe uma discrepância na forma como os atletas masculinos e atletas femininos são representados nos media.

Finalmente, para responder à questão de investigação: “Será que as atletas são menos representadas nos media do que os atletas?”, foi essencial responder às três sub-questões e testar as suas hipóteses.

Respondendo à primeira questão: “Em que medida, o género dos atletas está relacionado com o consumo de desporto nos media?”, a segunda pergunta feita no

questionário esclareceu esta resposta, uma vez que 85% das pessoas responderam que consomem mais desporto nos media com a representação de atletas do sexo masculino. Assim, é possível confirmar a hipótese de que “o género dos atletas está associado com o consumo de desporto nos media”.

Passando para a segunda sub-questão: “Há diferença entre atletas do sexo masculino e feminino, no que diz respeito à sua representação nos media?”, a terceira questão presente no questionário indicou a resposta a esta pergunta, visto que 88% das pessoas admite sentir diferença no que diz respeito à forma como os atletas masculinos e as atletas femininas são representados nos media. Desta forma, a hipótese “o sexo dos atletas está associado com a maneira como são representados nos media”, é confirmada.

Na terceira sub-questão: “Os media diferem em grande escala na quantidade de publicações sobre os homens e mulheres do mundo do desporto?”, a última pergunta do questionário revelou que 98% das pessoas concordam que encontram mais notícias sobre atletas do sexo masculino do que feminino. Assim, a hipótese de que “o género dos atletas está associado com a quantidade de publicações divulgadas pelos media” é confirmada.

Com todas estas questões respondidas, podemos chegar à conclusão de que sim, as atletas são menos representadas que os atletas nos media.

Apesar desta realidade, a integração das atletas do sexo feminino tem sido um assunto cada vez mais discutido e com o passar dos anos é possível ver um aumento exponencial de mulheres envolvidas no mundo de desporto, assim como a relevância de as manter presente no jornalismo e nos media.

Referências Bibliográficas

Alexandrino, V. A. (2011). A mulher no jornalismo esportivo: análise da participação feminina no telejornalismo brasileiro.

Barbeiro e Rangel (2006). Manual do jornalismo esportivo.

Canavilhas, João Messias (2004). 'Os Jornalistas Portugueses e Internet'.

Canavilhas, João Messias (2006). 'Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança'. Comunicação e Sociedade.

Cardoso, G., Xavier, D., & Cardoso, T. (2007). Futebol, Identidade e Media na Sociedade em Rede.

Cision (2018). Mais de meio milhão de notícias e 14 mil horas de futebol nos media portugueses.

COELHO, João Nuno (2001). Portugal – A equipa de todos nós: Nacionalismo, Futebol e Media. Porto: Edições Afrontamento.

Coelho, P. V. (2003). Jornalismo Esportivo. São Paulo: Contexto.

Coelho, J. N., & Tesler, N. C. (2006). O paradoxo do jogo português: a onipresença do futebol e a ausência de espectadores dos estádios.

Evens, Iosifidis & Smith (2013). A economia política dos direitos esportivos televisivos.

Gil Ferreira (2018.) Sociologia dos Novos Media.

Gurgel (2009). DESAFIOS DO JORNALISMO NA ERA DOS MEGAEVENTOS ESPORTIVOS.

Kawamoto, K. (2003). Digital Journalism: emerging media and changing horizons of journalism. Rowman & Littlefield Publishers, Inc. Maryland.

Pinheiro, F. (2003). A ideia de Europa na imprensa desportiva portuguesa (1893- 1945).

Pinheiro, F. (2011). História da Imprensa Desportiva em Portugal.

Rowe, David (2004). Sport, Culture and the Media: The Unruly Trinity". 2nd Edition. London, England.

Rubio & Veloso (2019). As mulheres no esporte brasileiro: entre os campos de enfrentamento e a jornada heroica.

Silveirinha MJ (2004). As Mulheres e os Media.

Sousa, J. P. (2008). Uma História do Jornalismo em Portugal até ao 25 de Abril.

Torres, E. C. (2011). A televisão e o serviço público. Lisboa: Relógio d'Água Editores.

Traquina, N. (2002). Jornalismo. Quimera.

Webgrafia

Plano Estratégico do Badminton Europe 2021-2024

<http://badmintonpeople.com/Clubs/CommonDrive/Components/GetWWWFile.aspx?fileID=88296>

Les actions folles de l'équipe de France qu'on a tous oubliées - Orange

https://www.youtube.com/watch?v=D_HPIaAx_QA&t=116s

BBC News Brasil: O que o futebol feminino pode ensinar ao masculino

<https://www.bbc.com/portuguese/articles/cn0j68rkyr1o>

Politize: O que a Copa do Mundo Feminina revelou sobre a desigualdade de gênero?

<https://www.politize.com.br/copa-do-mundo-feminina-e-desigualdade-de-genero/>

G1 - Globo: 'Desculpas não bastam': a condenação do governo espanhol a dirigente que beijou jogadora após Copa do Mundo feminina

<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2023/08/22/desculpas-nao-bastam-a-condenacao-do-governo-espanhol-a-dirigente-que-beijou-jogadora-apos-copa-do-mundo-feminina.ghtml>

ESPN: Caso Jenni Hermoso: 11 membros da comissão técnica da Espanha se demitem em protesto contra a Federação e saem em defesa de jogadora

https://www.espn.com.br/futebol/copa-do-mundo/artigo/_/id/12499577/caso-ienni-hermoso-11-membros-da-comissao-tecnica-da-espanha-se-demitem-em-protesto-contr-a-federacao-e-saem-em-defesa-de-jogadora

ESPN: Fifa abre processo contra presidente da Federação Espanhola por beijo em jogadora na Copa do Mundo feminina

https://www.espn.com.br/futebol/copa-do-mundo/artigo/_/id/12487378/fifa-abre-processo-contr-a-presidente-da-federacao-espanhola-por-beijo-em-jogadora-na-copa-do-mundo-feminina

Sic Notícias: "Pensei em suicidar-me": Ex-tenista revela que foi violada "400 vezes" pelo treinador

<https://sicnoticias.pt/desporto/2023-09-14-Pensei-em-suicidar-me-Ex-tenista-revela-que-foi-violada-400-vezes-pelo-treinador-c5e26a58>

Consultado a 15 de setembro de 2023.