

POWER

WOMEN ATHLETES IN SPORTS MEDIA



Relatório nacional sobre a representação das atletas nos meios de comunicação esportivos

Julho 2025

ERASMUS-SPORT-2023-SCP
Grant Agreement No: 101185115



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.

Relatórios Nacionais

“POWER – The portrayal of women athletes in sports media”

ERASMUS-SPORT-2023-SCP
Grant Agreement 101185115

Julho 2025

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



Conteúdo

Configurações de Contexto	3
Introdução	3
Análise da Imprensa – Média Impressa	4
1. Número de edições de jornais analisadas	4
2. Período da recolha de dados	4
3. Distribuição das edições por dia da semana de recolha de dados	5
3.1. Comparação entre a cobertura mediática de atletas masculinos e femininos em Portugal	7
4. Análise dos artigos sobre atletas femininas	7
4.1. Linguagem sexista e estereótipos de género no texto	8
4.2. Enquadramento negativo e positivo no texto	9
5. Presença e número de imagens nos artigos	10
5.1. Linguagem sexista e estereótipos de género na imagem	10
6. Análise da relação entre a dimensão das imagens e o enquadramento das atletas femininas	14
7. Síntese dos resultados	15
Análise das revistas desportivas online	16
1. Número de artigos analisados por revista desportiva online	16
2. Período da recolha de dados	17
3. Número de artigos dedicados a atletas masculinos vs. femininos	18
4. Análise dos artigos sobre atletas femininas	19
4.1. Linguagem sexista e estereótipos de género no texto	20
4.2. Enquadramento negativo e positivo no texto	21
5. Presença e número de imagens nos artigos	22
5.1. Linguagem sexista e estereótipos de género nas imagens	22
6. Análise da relação entre a dimensão das imagens e o enquadramento das atletas femininas	23
7. Síntese dos resultados	25
Análise das redes sociais: perfis no X	25
1. Número de publicações analisadas por perfil no X	25
2. Período de recolha de dados	26
3. Número de publicações no X dedicadas a atletas masculinos vs. femininos	27
4. Análise das publicações sobre atletas femininas no X	28
4.1. Linguagem sexista e estereótipos de género nas publicações do X	29
5. Presença e número de imagens nas publicações do X	30
5.1. Linguagem sexista e estereótipos de género nas imagens das publicações do X	31
6. Síntese dos resultados	31
Análise dos episódios televisivos online	32
1. Número de episódios analisados por canal de televisão	32
2. Período de recolha de dados	33
3. Distribuição por dia da semana	33
4. Análise das reportagens televisivas sobre atletas femininas	33
4.1. Linguagem sexista e estereótipos de género	34
4.2. Presença de género e tempo de antena nas notícias desportivas televisivas	34
5. Síntese dos resultados	35
Análise do Grupo Focal	35
1. Quadro analítico e desenvolvimento de categorias	36
2. Categorias, definições e questões do grupo focal	37
3. Análise Temática	40
4. Análise da Nuvem de Palavras	46
Síntese dos resultados	47

Configurações de Contexto

Para garantir uma compreensão abrangente da forma como as atletas foram representadas nos meios de comunicação desportivos em toda a Europa, cada parceiro envolvido no projeto POWER foi responsável pela elaboração de um relatório nacional específico. Estes relatórios constituíram uma etapa fundamental para a contextualização dos resultados de todas as fases da investigação — análise bibliométrica, análise de conteúdos mediáticos, grupos focais e inquéritos ao público — enquadradas nos contextos mediáticos e culturais próprios de cada país participante.

Cada relatório nacional foi preparado pela respetiva organização parceira e apresentou as principais conclusões da investigação empírica realizada a nível nacional. Estes documentos refletiram sobre desafios e padrões específicos relacionados com a representação mediática das atletas. Elaborados inicialmente na língua nacional, foram posteriormente traduzidos para inglês.

Após a conclusão e tradução de todos os relatórios nacionais, o líder do Work Package (SEA) compilou e reviu os documentos, coordenando a preparação de um relatório consolidado para a União Europeia. Este resultado final ofereceu uma análise comparativa das conclusões dos seis países parceiros, destacou tanto as tendências comuns como as especificidades nacionais e apresentou recomendações transnacionais para melhorar a representação de género nos meios de comunicação desportivos.

Introdução

Em Portugal, o panorama desportivo continua profundamente desequilibrado em termos de género, tanto ao nível da participação como da representação. Apesar de melhorias graduais no envolvimento feminino em vários níveis, os cargos de liderança no desporto permanecem amplamente dominados por homens. Atualmente, existe apenas uma mulher presidente entre as federações desportivas nacionais, e as mulheres representam apenas 16% dos vice-presidentes e 14% dos membros dos conselhos diretivos. No domínio do treino, as mulheres constituem apenas 10% dos treinadores registados e ocupam apenas 15% das funções de treino de nível de elite. Embora cerca de um terço dos membros dos clubes desportivos sejam mulheres, esta participação não se reflete na visibilidade mediática nem na liderança institucional.

A representação mediática permanece particularmente enviesada. Estudos que analisaram a cobertura do desporto feminino na imprensa portuguesa entre 1996 e 2016 (Coelho, 2017) mostraram mudanças mínimas na quantidade ou na qualidade da cobertura. As atletas continuam a receber uma atenção muito limitada, frequentemente enquadradas de forma a enfatizar a estética em detrimento do desempenho desportivo. As mulheres representam apenas 2% de todas as notícias desportivas e 1% das imagens que as acompanham. Curiosamente, dentro deste espaço marginal, o futebol feminino corresponde a mais de um terço do conteúdo. Estes números evidenciam uma persistente invisibilidade estrutural das mulheres nos meios de comunicação desportivos em Portugal e sublinham a necessidade contínua de desafiar e reformular as narrativas em torno do género no desporto.



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



isidem
Ricerca, Qualità e Futuro

Análise da Imprensa – Média Impressa

Esta análise inicial incide sobre os jornais em revisão. Foi considerada uma amostra de 62 edições de jornais publicadas em Portugal entre maio de 2024 e fevereiro de 2025, sendo a recolha de dados realizada entre fevereiro e abril de 2025.

1. Número de edições de jornais analisadas

A Tabela 1 apresenta a distribuição das 62 edições de jornais analisadas no estudo de caso português. Foram incluídas edições de três publicações nacionais de grande circulação: *A Bola*, *Jornal de Notícias* e *Público*. Enquanto *A Bola* é um jornal especializado em desporto, os outros dois constituem órgãos de informação generalista.

Table 1. Distribuição das edições de jornais

Jornal	Este é um jornal especializado em desporto?	Número de edições de jornais	Percentagem
A Bola	Sim	22	35.5%
Jornal de Notícias	Não	21	33.9%
Público	Não	19	30.6%
Total		62	100%

A amostra inclui um número relativamente equilibrado de edições, permitindo uma análise comparativa entre diferentes perfis editoriais. *A Bola*, por ser especializado em desporto, representa a maior fatia (35,5%), o que poderá indicar uma maior propensão para a publicação de conteúdos desportivos. A presença significativa de jornais generalistas é igualmente fundamental para compreender de que forma o desporto — e, em particular, o desporto feminino — é retratado nos meios de comunicação não especializados.

2. Período da recolha de dados

A Tabela 2 apresenta a distribuição das 62 edições de jornais analisadas por mês de publicação. Os dados foram recolhidos entre maio de 2024 e fevereiro de 2025, permitindo identificar potenciais variações de carácter sazonal ou contextual.

Table 2. Distribuição das edições de jornais por período de recolha de dados

Mês	Frequência	Percentagem
Maio/24	6	9.7%
Junho/24	9	14.5%
July/24	4	6.5%
Agosto/24	6	9.7%
Setembro/24	7	11.3%
Outubro/24	6	9.7%
Novembro/24	6	9.7%
Janeiro/25	6	9.7%
Fevereiro/25	6	9.7%
Total	62	100%

As edições estão bem distribuídas ao longo do tempo, abrangendo todas as estações do ano. A ligeira concentração em junho de 2024 (14,5%) poderá refletir o aumento da cobertura desportiva motivado por grandes eventos ou por preparativos de carácter pré-olímpico. A diversidade temporal reforça a fiabilidade da amostra, ao reduzir potenciais vieses associados a períodos específicos.

A Tabela 3 apresenta a distribuição das edições de jornais de acordo com o dia da semana em que foram publicadas, permitindo identificar eventuais padrões editoriais ao longo da semana.

Table 3. Distribution of the editions per data collection weekday

Dia da semana	Frequência	Percentagem
Segunda-feira	6	9.7%
Terça-feira	4	7.4%
Quarta-feira	13	21.0%
Quinta-feira	9	14.5%
Sexta-feira	6	9.7%
Sábado	9	14.5%
Domingo	9	14.5%
Total	62	100%

Verifica-se uma concentração significativa de edições de jornais às quartas-feiras (21%), o que poderá refletir rotinas editoriais associadas à cobertura desportiva a meio da semana. A presença relevante de edições aos sábados e domingos (14,5% cada) sugere igualmente uma distribuição consistente das notícias desportivas ao longo de toda a semana, em vez de uma concentração exclusiva nos fins de semana.

3. Distribuição das edições por dia da semana de recolha de dados

Esta análise compara o número de artigos dedicados a atletas masculinos e femininos por edição de jornal. Os dados estão agrupados em intervalos definidos com base no volume de cobertura observado. Importa salientar que sete edições não incluíram qualquer referência a atletas masculinos, facto que se destaca como uma exceção à tendência geral.

A Tabela 4 apresenta a presença de menções a atletas femininas nas 62 edições analisadas. A variável considerada é dicotômica (sim/não), e o número de edições sem qualquer referência é destacado de forma a permitir avaliar a dimensão da invisibilidade feminina no panorama mediático desportivo.

Table 4. Menção a atletas femininas nos jornais

A edição menciona atletas femininas?	Frequência	Percentagem
Sim	17	27.4%
Não	38	61.3%
Edições sem menção a desporto	7	11.3%
Total	62	100%

Apenas 27,4% das edições incluíram algum artigo sobre atletas femininas, enquanto a maioria (61,3%) não lhes fez qualquer referência. Este resultado evidencia uma disparidade de género significativa no jornalismo desportivo. As sete edições não codificadas (11,3%) também merecem atenção, pois podem traduzir tanto uma omissão como a dificuldade em identificar de forma explícita a presença feminina no conteúdo.

Table 5. Número de artigos dedicados a atletas masculinos e femininos

Número de artigos	Atletas masculinos	Atletas femininas
Nenhum	-	38
Um	3	11
Entre 2 e 4	18	6
Entre 5 e 8	7	-
Mais de 8	27	-
Edições sem referência ao desporto	7	7
Total (respostas válidas)	55	

Quase metade das edições (49,1%) incluiu mais de oito artigos focados em atletas masculinos, demonstrando de forma clara a presença dominante do desporto masculino na cobertura jornalística. Quando combinadas com as edições que apresentaram entre cinco e oito artigos, o total sobe para 61,8%, reforçando o desequilíbrio de género na atenção mediática. As sete edições sem qualquer referência a atletas masculinos constituem outliers e merecem uma análise à parte.

Em cerca de 70% das edições não foi publicado qualquer artigo exclusivamente dedicado a atletas femininas. Mesmo quando as mulheres foram representadas, a cobertura limitou-se, na maioria dos casos, a apenas um artigo por edição. Apenas seis edições ultrapassaram este número, publicando entre dois e quatro artigos.

Uma análise detalhada do número de artigos que mencionam atletas femininas, considerando as 55 edições com dados especificados, revela um desequilíbrio marcante. Em 38 edições (69,1%) não houve qualquer menção a atletas femininas, enquanto 11 edições (20,0%) incluíram apenas uma referência. Outras cinco edições (9,1%) apresentaram duas menções, e

apenas uma edição (1,8%) incluiu três. Assim, na maioria dos casos, as mulheres estão totalmente ausentes ou apenas marginalmente presentes na cobertura desportiva. As edições com duas ou mais referências permanecem extremamente raras, o que aponta para uma visibilidade fragmentada e inconsistente.

Este padrão reforça o diagnóstico mais amplo da marginalização das mulheres no jornalismo desportivo português. Os resultados sugerem que a representação feminina é sobretudo esporádica e superficial na cobertura mediática em Portugal.

3.1. Comparação entre a cobertura mediática de atletas masculinos e femininos em Portugal

Foi realizado um teste *t* com uma amostra de 55 edições de jornais analisadas em Portugal, recolhidas entre maio de 2024 e fevereiro de 2025, com o objetivo de comparar o número médio de artigos dedicados a atletas masculinos e femininos durante esse período. Todas as edições incluíram pelo menos um artigo sobre atletas masculinos e/ou femininos.

Os resultados mostram que, em média, as edições continham 3,05 artigos (DP = 1,03) sobre atletas masculinos e apenas 0,42 artigos (DP = 0,69) sobre atletas femininas. Ambos os valores são estatisticamente superiores a zero, com resultados altamente significativos ($t(54) = 22,081$ para homens; $t(54) = 4,524$ para mulheres; $p < .001$ em ambos os casos). O tamanho do efeito medido pelo *d* de Cohen foi de 2,98 para atletas masculinos (muito elevado) e 0,69 para atletas femininas (moderado).

Table 6. Comparação entre a cobertura mediática de atletas masculinos e femininas

Género	Média de artigos por edição	DP	valor <i>t</i>	<i>p</i> (bicaudal)	<i>d</i> de Cohen
Masculinos	3.05	1.03	22.081	< .001	2.98
Femininas	0.42	0.69	4.524	< .001	0.69

Os dados recolhidos em Portugal revelam uma diferença substancial no número médio de artigos por edição entre atletas masculinos e femininos. O número médio de artigos sobre homens é mais de sete vezes superior ao das mulheres, evidenciando uma assimetria clara e persistente na cobertura mediática. O tamanho de efeito muito elevado para os atletas masculinos confirma uma visibilidade intensa e consistente, enquanto a presença feminina, embora estatisticamente significativa, permanece marginal. Estes resultados reforçam a noção de que o jornalismo desportivo continua a favorecer de forma esmagadora o género masculino, relegando as mulheres para posições periféricas na agenda noticiosa.

4. Análise dos artigos sobre atletas femininas

De toda a amostra, apenas 24 artigos (ou seja, no mínimo um por edição) foram identificados em Portugal com alguma menção a atletas femininas. Estes artigos constituem a base para uma análise mais detalhada, centrada nas características específicas da forma como as mulheres são representadas no jornalismo desportivo. A secção seguinte examina diversos aspetos destes 24 artigos.

Table 7. Características dos artigos sobre atletas femininas em Portugal (n = 24)

Variável	Categoria	Frequência	Percentagem válida
O artigo é relacionado com o desporto?	Sim	22	91.7%
	Não	2	8.3%
Tipo de desporto apresentado	Desportos coletivos	10	41.7%
	Desportos individuais	14	58.3%
Nível competitivo das atletas	Profissional	11	45.8%
	Olímpico	11	45.8%
	Desporto de base	2	8.3%

A maioria dos artigos sobre atletas femininas (91,7%) está diretamente relacionada com o desporto, o que indica que a presença das mulheres nos meios de comunicação está geralmente associada aos seus papéis desportivos. Contudo, os 8,3% de artigos não relacionados com o desporto levantam algumas preocupações: nestes casos, as atletas são frequentemente apresentadas em contextos como estilo de vida ou temas sociais, nos quais as suas conquistas desportivas podem surgir em segundo plano. Isto sublinha a importância de analisar criticamente a forma como as atletas femininas são enquadradas editorialmente.

Entre os artigos sobre atletas femininas, observa-se uma ligeira predominância dos desportos individuais (58,3%) face aos desportos coletivos (41,7%). Tal poderá sugerir uma tendência dos meios de comunicação para destacar desempenhos individuais — particularmente em disciplinas olímpicas ou em modalidades a solo. No entanto, o relativo equilíbrio indica que o desporto feminino, quando coberto, não se limita a um único formato competitivo.

Verifica-se ainda uma distribuição equilibrada entre atletas ao nível profissional e olímpico, cada um representando 45,8% da cobertura. Isto sugere que a visibilidade das mulheres no desporto permanece amplamente confinada a contextos de alto rendimento. As atletas de desporto de base estão significativamente sub-representadas, surgindo apenas em dois casos — um resultado que limita o reconhecimento público da diversidade de contextos em que as mulheres praticam desporto.

4.1. Linguagem sexista e estereótipos de género no texto

Como já referido, a recolha de dados em Portugal identificou 24 artigos sobre atletas femininas. A análise destes textos não revelou quaisquer indícios de linguagem sexista nem a utilização de expressões depreciativas baseadas no género. Isto sugere que, nos casos em que as mulheres são incluídas, o discurso jornalístico tende a evitar terminologia discriminatória. Apenas um artigo (4,2%) entre os analisados banalizou o desempenho de uma atleta feminina, especificamente através do enquadramento de “desvalorização das conquistas”. Embora estatisticamente isolado, este caso ilustra como as práticas de desvalorização simbólica podem ainda ocorrer, mesmo em conteúdos que ostensivamente procuram destacar figuras femininas no desporto.

No que respeita aos estereótipos de género, nenhum dos 24 artigos apresentou esse tipo de conteúdo. O mesmo se verificou relativamente à sexualização ou objetificação no texto, que estiveram totalmente ausentes. Embora tal possa indicar uma evolução positiva no discurso jornalístico, é importante notar que a amostra analisada corresponde já a um subconjunto reduzido de artigos que efetivamente incluem mulheres — o que pode enviesar os dados para uma representação mais positiva do que a observada no panorama mediático mais amplo.

4.2. Enquadramento negativo e positivo no texto

Entre os 24 artigos analisados, apenas um (4,2%) incluiu um enquadramento negativo da atleta feminina, centrando a narrativa em questões disciplinares — um caso que levanta preocupações sobre o reforço do estigma, ainda que isolado. Em contrapartida, 21 artigos (87,5%) apresentaram um enquadramento positivo das atletas femininas. A categorização qualitativa do enquadramento positivo revelou os seguintes padrões principais: em 30% dos casos (6 artigos), o texto combinava a celebração das conquistas, o reconhecimento do talento e atributos de liderança; em 20% destacava a celebração e o talento; em 15% concentrava-se exclusivamente na celebração das conquistas. A liderança, por si só, surgiu em 10% dos casos, tal como as combinações que envolviam histórias pessoais inspiradoras e liderança, ou a ênfase exclusiva no talento.

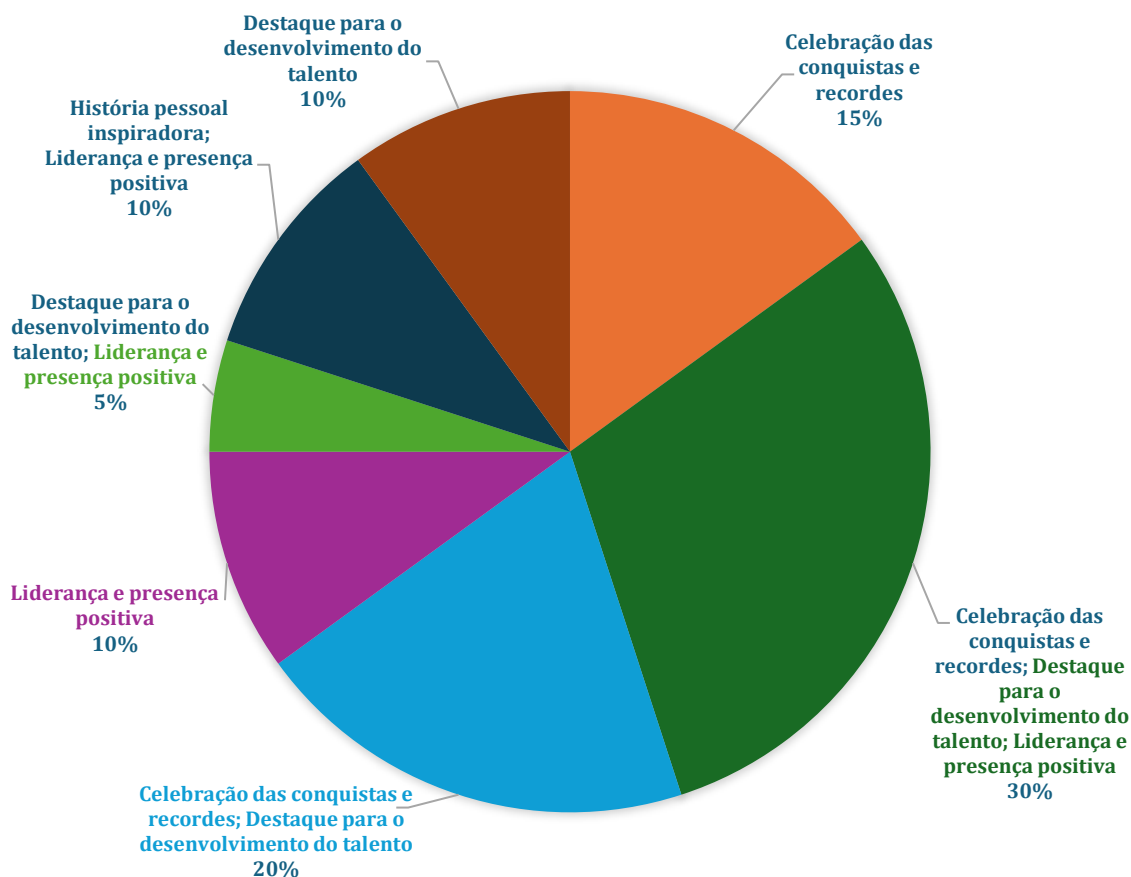


Figure 1. Categorização do enquadramento positivo no texto

Estes dados indicam que o reconhecimento do desempenho e a atribuição de traços positivos como talento, liderança e inspiração constituem as formas mais comuns de enquadramento textual positivo nos artigos analisados em Portugal.

5. Presença e número de imagens nos artigos

Entre os 24 artigos que abordaram atletas femininas, todos foram analisados quanto à presença de imagens. Os resultados mostram que 100% dos artigos (24) incluíram pelo menos uma imagem da atleta mencionada. Em 75% dos casos (18 artigos) foi incluída apenas uma imagem, enquanto em 25% dos casos (6 artigos) surgiram duas ou mais imagens. Entre os artigos com múltiplas imagens, três apresentaram mais de duas e três apresentaram mais de três, o que demonstra que alguns relatos recorreram a sequências visuais mais extensas.

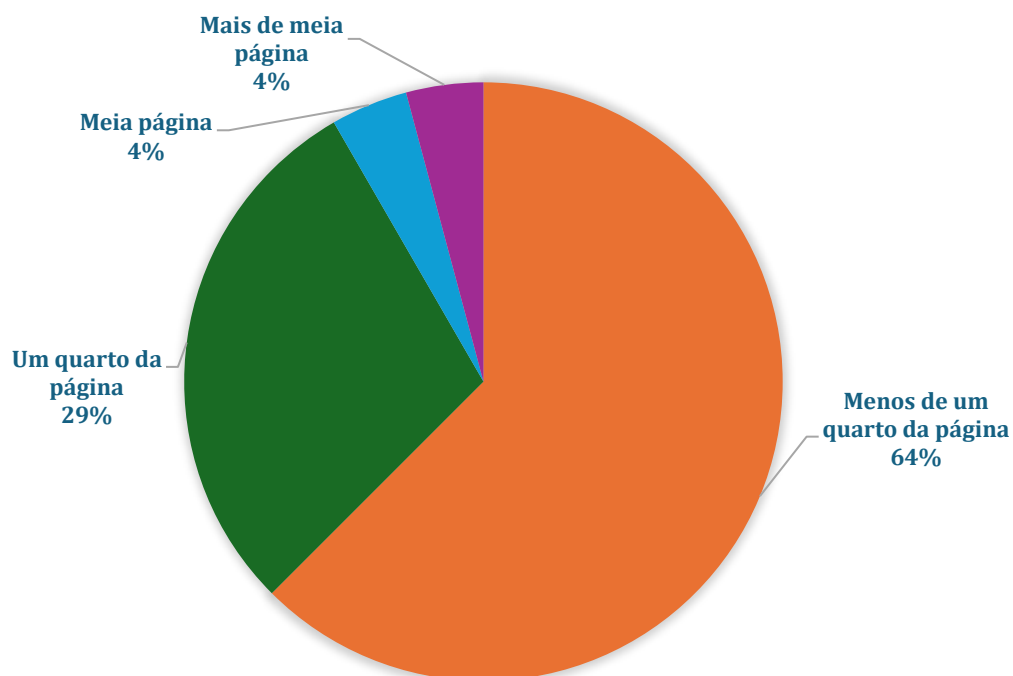


Figura 2. Dimensão da imagem

No que respeita ao tamanho das imagens, verificou-se um predomínio claro de formatos visuais mais pequenos (ver Figura 2). Estes resultados sugerem que, mesmo quando as atletas femininas são representadas visualmente, as imagens tendem a ocupar um espaço editorial reduzido, o que poderá limitar o seu impacto.

5.1. Linguagem sexista e estereótipos de género na imagem

Entre os 24 artigos que continham imagens de atletas femininas, não foram identificados casos de sexualização, objetificação, estereótipos de género ou trivialização do desempenho.

Apenas um artigo (4,2%) apresentou enquadramento negativo, associado a referências visuais a sanções ou questões disciplinares. Por outro lado, 19 artigos (79,2%) enquadraram visualmente as atletas de forma positiva.

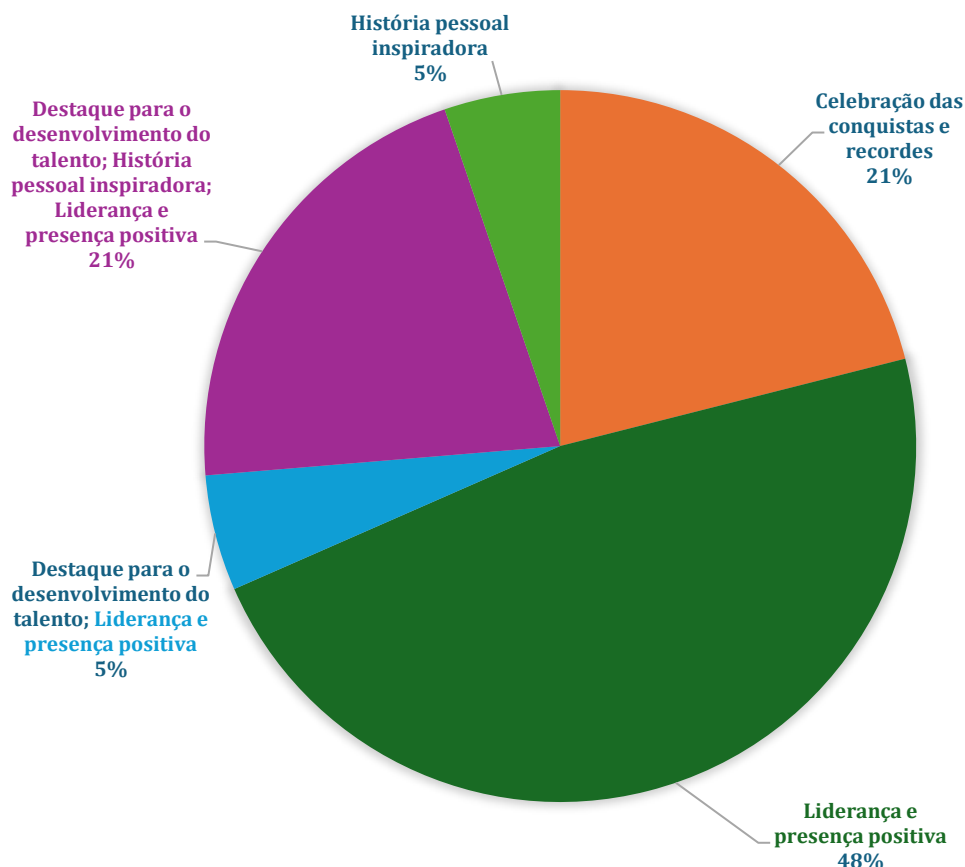


Figura 3. Categorização do enquadramento positivo das imagens

A liderança e a presença positiva foram as formas de enquadramento mais frequentes, estando presentes em quase metade dos casos (47,4%). As combinações que envolviam talento, histórias pessoais inspiradoras e liderança foram encontradas em 21,1% dos casos. As representações centradas na celebração das conquistas também corresponderam a 21,1%. Outros enquadramentos incluíram combinações de talento e liderança (5,3%) ou exclusivamente histórias pessoais inspiradoras (5,3%). O enquadramento visual tende a reforçar atributos simbólicos associados à liderança, à inspiração e ao forte desempenho, mantendo consistência com os padrões identificados no conteúdo textual.

Com o objetivo de aprofundar a análise qualitativa das representações mediáticas positivas das atletas femininas, foi criada uma visualização em rede bipartida utilizando o software Gephi (versão 0.10.1). A rede foi construída a partir do cruzamento entre as manchetes dos artigos noticiosos e as categorias de enquadramento positivo previamente codificadas, tais como “celebração de conquistas”, “desenvolvimento de talento” ou “liderança e presença positiva”.

Para este efeito, os nós da rede foram organizados em dois tipos distintos: manchetes de artigos e categorias temáticas, permitindo uma representação visual da relação entre o conteúdo publicado e os enquadramentos simbólicos atribuídos às atletas. As ligações (arestas) indicam a presença de uma categoria específica numa determinada manchete.

Os dados foram organizados em duas folhas de cálculo, uma contendo a listagem dos nós e outra as conexões, e foram importados para o software Gephi (v. 0.10). Após a importação, foi aplicado o algoritmo ForceAtlas 2, particularmente adequado para redes que apresentam uma estrutura modular ou baseada em comunidades.

A cor e a dimensão dos nós foram também ajustadas para facilitar a distinção visual entre os dois tipos de nós e para destacar a sua importância relativa dentro da rede, tendo sido utilizado o azul para representar as categorias e o rosa para as manchetes. Este procedimento metodológico permitiu identificar visualmente padrões de coocorrência, densidade de conexões e centralidade semântica no discurso jornalístico, revelando de forma clara as principais formas de valorização simbólica atribuídas às atletas femininas nas manchetes analisadas.

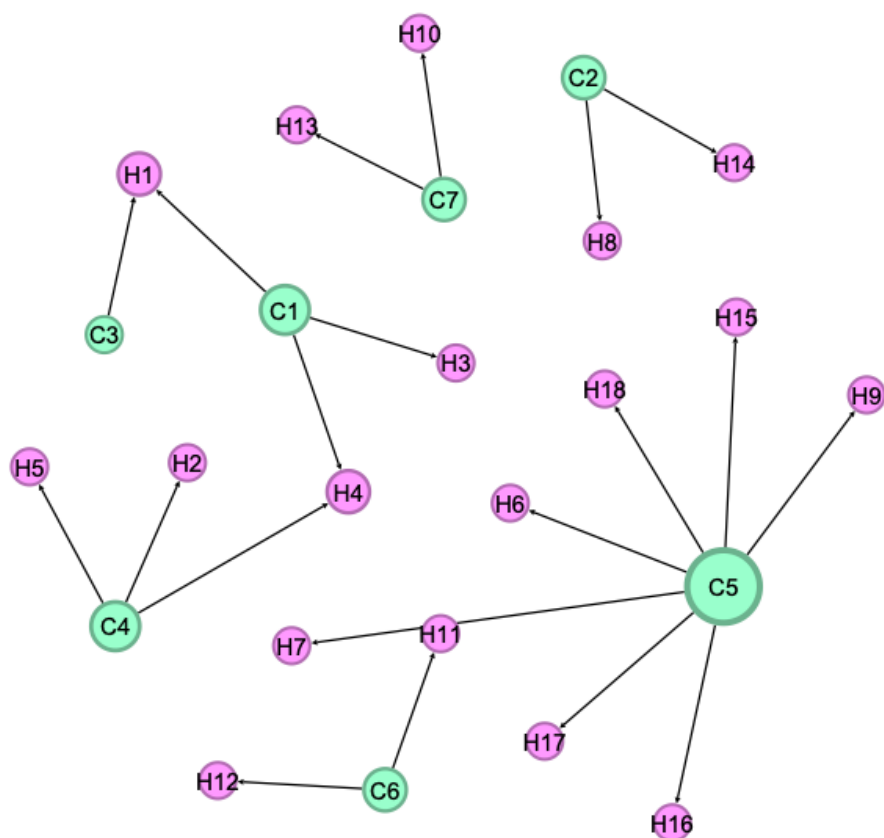


Figura 4. Rede entre manchetes e categorias positivas

Tabela 8. Código, Categorias e Manchetes

Código	Categorias e Manchetes
C1	Liderança e presença positiva
C2	Desenvolvimento de talento; Liderança e presença positiva
C3	História pessoal inspiradora; Liderança e presença positiva
C4	Desenvolvimento de talento
C5	Celebração de conquistas e recordes
C6	Celebração de conquistas e recordes; Desenvolvimento de talento; Liderança e presença positiva
C7	Celebração de conquistas e recordes; Desenvolvimento de talento
H1	Cada passo que damos é histórico
H2	Excelente resultado para Daniela Campos num dia único
H3	Uma multidão recebeu Patrícia Sampaio
H4	Os jogadores da formação também podem chegar aqui se trabalharem para isso
H5	Fernando Pimenta em busca de um feito inédito
H6	Leoas com garras bem afiadas
H7	Patrícia 'Gyokeres' Sampaio
H8	Pauels ameaça Rute Costa
H9	Porto conquista títulos na maratona
H10	Marinheiros garantem play-off do EURO 2025
H11	À procura de recordes no Campeonato do Mundo
H12	Telma Monteiro anuncia o fim de uma carreira de 24 anos
H13	Telma Monteiro, despedida de uma lenda do judo
H14	Dez minutos “à Benfica” foram suficientes para resolver
H15	Timo e Kvantidze garantem pódios
H16	Vitória bate recorde nacional
H17	Guerreiras mantêm-se invictas

A análise da rede revelou vários elementos-chave:

Centralidade temática: A categoria “Celebração de conquistas e recordes” destacou-se como o nó mais conectado, surgindo em múltiplas manchetes. Este resultado reforça a predominância de uma narrativa baseada no sucesso e no mérito como a principal forma de reconhecimento mediático das atletas femininas.

Outras categorias relevantes: As categorias “Desenvolvimento de talento” e “Liderança e presença positiva” também apresentaram elevada conectividade, formando agrupamentos temáticos em torno da valorização simbólica das atletas como modelos de excelência e inspiração.

Manchetes com múltiplas ligações: Algumas manchetes estavam associadas a mais do que uma categoria, demonstrando a complexidade do enquadramento positivo. Um exemplo

notável é a manchete sobre Telma Monteiro, que foi simultaneamente associada às três categorias principais, sugerindo um reconhecimento alargado da sua carreira.

Isolamento semântico e especificidade: Algumas manchetes, embora positivas, estavam ligadas apenas a uma categoria. Isto poderá indicar representações mais específicas e direcionadas. Nestes casos, são transmitidas mensagens focadas, como a ênfase na invencibilidade de uma equipa ou na quebra de um recorde nacional.

Distribuição visual e agrupamento: A rede formou subconjuntos visualmente distintos, agrupando as manchetes por categoria temática. Este agrupamento reforça a ideia de que determinados tipos de enquadramento positivo tendem a surgir de forma sistemática e consistente no discurso mediático.

6. Análise da relação entre a dimensão das imagens e o enquadramento das atletas femininas

Para explorar a relação entre a dimensão das imagens publicadas e o enquadramento das atletas femininas, foram analisados os 24 artigos da amostra portuguesa do projeto POWER que incluíram representações visuais de mulheres no desporto. Foram consideradas duas variáveis principais:

Dimensão da imagem: codificada como variável categórica ordinal com quatro categorias (ou seja, menos de ¼ da página, ¼ da página, meia página e mais de meia página). Para efeitos analíticos, esta variável foi posteriormente agrupada em dois níveis: a) imagens pequenas (sem imagem ou menos de ¼ da página); b) imagens médias/grandes (iguais ou superiores a ¼ da página).

Enquadramento da atleta na imagem: avaliado em duas dimensões binárias: a) positivo (sim/não): presença de elementos visuais que destacam ou celebram a atleta; b) negativo (sim/não): presença de elementos visuais que diminuem, estigmatizam ou penalizam simbolicamente a atleta.

Para testar a associação entre as variáveis, foram realizadas tabelas de contingência com recurso ao teste do Qui-quadrado de Pearson, ao rácio de verosimilhança e ao teste exato de Fisher (para amostras pequenas), estabelecendo-se um nível de significância de 5% ($p < .05$).

Tabela 9. Dimensão da imagem, enquadramento positivo e negativo das atletas femininas

Dimensão da imagem	Enquadramento positivo	Número de imagens	Enquadramento negativo	Número da imagem
Pequena (< ¼ da página)	Sim	10	Yes	1
Pequena (< ¼ da página)	Não	5	No	14
Média ou grande ($\geq$ ¼ da página)	Sim	9	Yes	0
Média ou grande ($\geq$ ¼ da página)	Não	0	No	9

Enquadramento positivo	Qui-quadrado de Pearson: $\chi^2(1) = 3,789$, $p = .052$ Rácio de verosimilhança: 5,468, $p = .01$ Teste exato de Fisher (bicaudal): $p = .118$
Enquadramento negativo	Qui-quadrado de Pearson: $\chi^2(1) = 0,626$, $p = .429$ Rácio de verosimilhança: 0,966, $p = .32$ Teste exato de Fisher (bicaudal): $p = 1,000$

Os resultados indicam uma associação significativa entre a dimensão das imagens e o enquadramento positivo das atletas femininas. Enquanto apenas 66,7% das imagens pequenas estavam associadas a representações positivas, todas as imagens médias ou grandes (100%) apresentaram enquadramento positivo das atletas. A significância estatística do rácio de verosimilhança ($p < .05$) reforça esta tendência, ainda que o teste do qui-quadrado de Pearson apresente um resultado marginal ($p = .052$).

Este padrão poderá refletir uma decisão editorial consciente: quando as atletas femininas recebem maior destaque visual, essa visibilidade tende a ser acompanhada por narrativas visuais positivas, como a celebração de conquistas, a demonstração de liderança ou a inspiração. Estas escolhas visuais sugerem uma forma diferenciada de apresentar as mulheres no desporto, atribuindo-lhes simbolicamente maior valor quando existe maior investimento gráfico.

Por outro lado, não foi observada qualquer associação entre a dimensão da imagem e o enquadramento negativo. Apenas um caso isolado de enquadramento negativo ocorreu entre as imagens pequenas, não tendo sido registados quaisquer casos em imagens de maior dimensão. Isto poderá indicar que a proeminência visual raramente é utilizada para reforçar estigmas ou críticas no caso das atletas femininas — ou que, quando a representação negativa ocorre, tende a ser visualmente desvalorizada.

7. Síntese dos resultados

A análise da imprensa desportiva em Portugal, realizada no âmbito do projeto POWER, revela um desequilíbrio estrutural persistente na representação das atletas femininas. Apesar de alguns sinais encorajadores — como a quase ausência de linguagem sexista, objetificação ou narrativas estereotipadas — a presença das mulheres continua a ser quantitativamente limitada. Entre as 62 edições impressas analisadas, apenas 24 incluíram atletas femininas, o que demonstra que a sua inclusão permanece excecional e não resulta de uma estratégia editorial consistente. Esta sub-representação reforça a marginalização simbólica, reduzindo a visibilidade e a legitimidade das mulheres no desporto no espaço público.

A utilização do Gephi mostrou-se eficaz para visualizar e interpretar as ligações entre o discurso jornalístico e as categorias de valorização simbólica, permitindo uma leitura estrutural da forma como as atletas são positivamente retratadas nos meios de comunicação. A análise em rede evidenciou que, embora exista alguma diversidade temática, a celebração de conquistas e a construção de imagens inspiradoras continuam a ser os pilares centrais das representações positivas.

Ainda assim, os dados sugerem que, quando as atletas femininas são representadas, o enquadramento é geralmente respeitoso e positivo, tanto no texto como nas imagens. O enquadramento positivo está frequentemente associado a temas como talento, liderança e conquistas, particularmente quando são utilizadas imagens de maior dimensão ou maior destaque. Isto poderá refletir uma escolha editorial deliberada de valorizar e celebrar a sua presença. Contudo, este tratamento positivo deve ser analisado de forma crítica no contexto mais amplo da exclusão mediática: o reconhecimento sem visibilidade proporcional não equivale a equidade. Combater este desequilíbrio exige não apenas práticas de enquadramento mais justas, mas, sobretudo, uma inclusão mais regular, diversificada e estruturada das atletas femininas na agenda mediática desportiva.

Análise das revistas desportivas online

A amostra de publicações desportivas online analisada em Portugal incluiu cinco revistas digitais especializadas: BIKE, Equitação Magazine, Medicina Desportiva, MOTO Portugal e Pro Runners. Estas plataformas representam segmentos de nicho dentro do ecossistema mais amplo dos media desportivos, com foco em disciplinas específicas como ciclismo, desportos equestres, medicina desportiva, motociclismo e atletismo.

Foram recolhidas no total 36 edições destas publicações, abrangendo datas de publicação entre junho de 2024 e janeiro de 2025. Os artigos selecionados distribuem-se por vários dias da semana e refletem a diversidade dos calendários editoriais nos diferentes meios digitais. Esta amostra fornece uma visão sobre a visibilidade e a representação de atletas — tanto homens como mulheres — no contexto do jornalismo desportivo especializado em Portugal.

1. Número de artigos analisados por revista desportiva online

A tabela seguinte resume o número de edições recolhidas em cada uma das cinco revistas desportivas online. Reflete o total de publicações analisadas por título, independentemente do enfoque de género ou do tipo de atleta:

Tabela 1. Distribuição dos artigos por revista desportiva online

Revista Desportiva Online	Número de artigos	Percentagem
BIKE	4	11.1%
Equitação Magazine	8	22.2%
Medicina Desportiva	8	22.2%
MOTO Portugal	12	33.3%
Pro Runners	4	11.1%
Total	36	100%

Entre estas publicações, a *Equitação Magazine* e a *MOTO Portugal* forneceram o maior número de edições, disponibilizando várias entradas para análise. Em contraste, plataformas como a *BIKE* e a *Medicina Desportiva* não apresentaram qualquer conteúdo que fizesse referência a atletas femininas nos dias selecionados. Este resultado ilustra os desafios na

concretização de uma representação equilibrada em termos de género, mesmo no jornalismo desportivo especializado ou não convencional, onde os atletas masculinos continuam a receber a maioria dos artigos dedicados. Apenas algumas exceções — mais notoriamente na *Equitação Magazine* e na *Pro Runners* — incluíram referências relevantes ou cobertura específica de atletas femininas.

2. Período da recolha de dados

As Tabelas 2 e 3 apresentam a distribuição das 36 edições analisadas das revistas desportivas online portuguesas, de acordo com o mês e o dia da publicação. Os dados foram recolhidos entre junho de 2024 e janeiro de 2025, oferecendo uma perspetiva temporal que abrange diferentes estações e ciclos editoriais.

Tabela 2. Distribuição dos artigos por período de recolha de dados

Mês	Frequência	Percentagem
Junho/24	4	11.1%
Julho/24	4	11.1%
Agosto/24	8	22.2%
Setembro/24	4	11.1%
Outubro/24	4	11.1%
Novembro/24	4	11.1%
Dezembro/24	4	11.1%
Janeiro/25	4	11.1%
Total	36	100%

A Tabela 2 mostra que agosto de 2024 correspondeu à maior proporção de edições (22,2%), seguido por uma distribuição equilibrada nos restantes meses. Cada um dos outros meses — junho, julho, setembro, outubro, novembro, dezembro e janeiro — contribuiu com 11,1% da amostra. Esta distribuição relativamente uniforme permite uma visão abrangente dos padrões de cobertura ao longo do tempo, reduzindo o risco de enviesamentos sazonais.

Tabela 3. Distribuição dos artigos por dia da semana de recolha de dados

Dia da Semana	Frequência	Percentagem
Segunda-feira	16	44.4%
Terça-feira	8	22.2%
Quarta-feira	3	8.3%
Quinta-feira	4	11.1%
Sexta-feira	4	11.1%
Total	36	100%

A Tabela 3 revela que a segunda-feira foi o dia de publicação mais frequente (44,4%), seguida da terça-feira (22,2%). Outros dias da semana, incluindo quarta, quinta e sexta-feira, representaram proporções mais reduzidas da amostra (entre 8,3% e 11,1%). A predominância das publicações à segunda-feira poderá refletir ciclos editoriais que dão prioridade a resumos desportivos do fim de semana ou a reportagens sobre atletas. A diversidade nos dias de

publicação acrescenta robustez à amostra, evitando a dependência excessiva de um único dia ou padrão de cobertura.

3. Número de artigos dedicados a atletas masculinos vs. femininos

Esta secção compara o número de artigos dedicados a atletas masculinos e femininos por edição das revistas desportivas online. Os dados foram agrupados em intervalos com base no volume de cobertura observado. Importa salientar que 12 edições não incluíram qualquer referência a atletas masculinos, facto particularmente relevante quando se consideram as dinâmicas de género no seu conjunto.

A Tabela 4 indica se cada uma das 36 edições analisadas mencionou ou não atletas femininas. A variável é dicotómica (sim/não), e o número de edições sem qualquer menção é destacado de forma a avaliar a dimensão da invisibilidade feminina nos media desportivos online.

Tabela 4. Menção a atletas femininas nas revistas online

A edição menciona atletas femininas?	Frequência	Percentagem
Sim	7	19.4%
Não	29	80.6%
Total	36	100%

Apenas 19,4% das edições mencionaram atletas femininas, enquanto a maioria (80,6%) as excluiu totalmente. Este resultado evidencia uma disparidade de género acentuada nas publicações desportivas online analisadas. Os dados confirmam que as mulheres continuam a ser ignoradas no espaço mediático digital desportivo, independentemente das modalidades abordadas.

A Tabela 5 apresenta a distribuição do número de artigos dedicados a atletas masculinos e femininos nas 36 edições analisadas.

Tabela 5. Número de artigos dedicados a atletas masculinos e femininos nas revistas online

Número de artigos	Atletas masculinos	Atletas femininas
Nenhum	12	26
Um	4	4
Entre 2 e 4	14	4
Entre 5 e 8	8	2
Mais de 8	8	0
Total (respostas válidas)	36	

No caso dos atletas masculinos, oito edições (22,2%) incluíram mais de oito artigos, e outras oito edições (22,2%) apresentaram entre cinco e oito artigos. Em conjunto, estas representam 44,4% de todas as entradas, revelando uma presença dominante de conteúdos centrados em atletas masculinos. Outras oito edições incluíram entre um e quatro artigos sobre

atletas masculinos, enquanto 12 edições (33,3%) não apresentaram qualquer cobertura masculina — em grande parte provenientes de publicações que, nesta amostra e neste período, não continham artigos especificamente desportivos.

Em forte contraste, 72,2% das edições (26 em 36) não incluíram qualquer artigo dedicado a atletas femininas. Quando as mulheres foram mencionadas, a cobertura foi geralmente mínima: apenas quatro edições apresentaram um artigo e outras quatro incluíram entre dois e quatro. Apenas duas edições (5,6%) publicaram mais de quatro artigos relacionados com atletas femininas, ambos os casos na *Equitação Magazine*, uma publicação de nicho. Estes resultados refletem a visibilidade marginal das atletas femininas, mesmo em plataformas online focadas em domínios desportivos específicos.

Com base nesta amostra e neste período, a análise reforça a constatação mais ampla de uma sub-representação sistémica das mulheres no jornalismo desportivo português. A baixa frequência e a natureza superficial da cobertura centrada em atletas femininas sublinham a persistência do enviesamento de género, tanto nos media digitais generalistas como nos especializados.

4. Análise dos artigos sobre atletas femininas

Do conjunto total de observações, apenas sete artigos foram identificados com conteúdo substancial relacionado com atletas femininas nas revistas desportivas online portuguesas. Estes artigos constituem a base para uma análise mais detalhada sobre a forma como as atletas são representadas neste segmento dos media desportivos, com enfoque no tipo de modalidade e no nível competitivo das atletas em destaque.

É importante clarificar que, embora a Tabela 5 indique que dez edições incluíram pelo menos um artigo com referência a atletas femininas, apenas sete artigos foram selecionados para análise aprofundada. Tal deve-se ao facto de os restantes conterem apenas referências breves ou incidentais a mulheres, ou de não cumprirem os critérios de inclusão previamente definidos para a análise qualitativa, como ter foco claro numa atleta, apresentar conteúdo textual suficiente ou relevância no contexto desportivo. Assim, a análise seguinte baseia-se exclusivamente no subconjunto de artigos que ofereciam profundidade suficiente para uma interpretação significativa.

Tabela 6. Características dos artigos sobre atletas femininas em Portugal (n = 7)

Variável	Categoria	Frequência	Percentagem Válida
Tipo de modalidade apresentada	Modalidades coletivas	3	41.7%
	Modalidades individuais	4	58.3%
Nível competitivo das atletas	Amador	4	57.1%
	Formação / Desporto de base	1	14.3%

	Profissional	1	14.3%
	Olímpico	1	14.3%

As modalidades individuais foram ligeiramente mais proeminentes do que as coletivas, surgindo em 57,1% dos artigos. As modalidades coletivas — todas associadas ao hipismo, apresentadas como eventos mistos de equipa — representaram os restantes 42,9%. Este resultado sugere uma tendência moderada para destacar desempenhos individuais em disciplinas de nicho ou em modalidades a solo.

Em termos de nível competitivo, a maioria dos artigos centrou-se em atletas amadoras (57,1%), enquanto os níveis de base, profissional e olímpico estiveram cada um representado apenas num caso (14,3%). Esta presença limitada de atletas femininas de alto rendimento revela uma lacuna editorial na cobertura do desporto feminino de elite, ao mesmo tempo que evidencia a falta de atenção aos níveis comunitários e de desenvolvimento da participação feminina.

É importante salientar que estes resultados dizem respeito especificamente à amostra em análise de revistas desportivas online especializadas. Embora não possam ser generalizados para a totalidade dos media desportivos portugueses, estão alinhados com padrões identificados em estudos anteriores: uma tendência para marginalizar as atletas femininas, sobretudo fora dos grandes eventos ou de modalidades percecionadas como tradicionalmente femininas.

4.1. Linguagem sexista e estereótipos de género no texto

Tal como referido anteriormente, a amostra portuguesa incluiu um total de sete artigos que destacaram atletas femininas. A análise destes artigos não revelou qualquer ocorrência de linguagem sexista ou de expressões depreciativas baseadas no género. Isto sugere que, pelo menos neste subconjunto específico de revistas desportivas online, o discurso jornalístico tende a evitar terminologia abertamente discriminatória.

Nenhum dos artigos trivializou o desempenho das atletas femininas. Não foram encontrados exemplos de linguagem que diminuísse as suas conquistas, questionasse a sua competência ou reduzisse o seu papel a uma posição secundária. Do mesmo modo, não foram identificados estereótipos de género ou conteúdos que reforçassem papéis tradicionais associados às mulheres nos textos analisados.

Importa ainda referir que não foram observados casos de sexualização ou objetificação das atletas femininas, nem qualquer situação em que estas tenham sido enquadradas de forma negativa. Estes resultados apontam para uma tendência editorial de neutralidade ou de respeito no tratamento das atletas quando estas são efetivamente representadas.

Contudo, é importante notar que estas conclusões dizem respeito a uma amostra muito limitada e especializada, que não reflete toda a amplitude do panorama mediático desportivo português. Embora a ausência de conteúdos abertamente sexistas seja encorajadora, é provável que tal se deva às características dos meios de nicho incluídos neste estudo, em vez de refletir uma transformação mais ampla nas práticas mediáticas. Assim, estes resultados estão em consonância com investigações anteriores, que sugerem que as atletas femininas tendem a

receber uma cobertura mais neutra quando são representadas, embora a sua visibilidade global permaneça limitada.

4.2. Enquadramento negativo e positivo no texto

Na amostra de sete artigos que mencionaram atletas femininas nas revistas desportivas online portuguesas, nenhum apresentou enquadramento negativo. Este resultado sugere que, dentro deste subconjunto limitado, as mulheres foram retratadas de forma geralmente respeitosa e afirmativa, sem referências a controvérsias, questões disciplinares ou críticas ao desempenho.

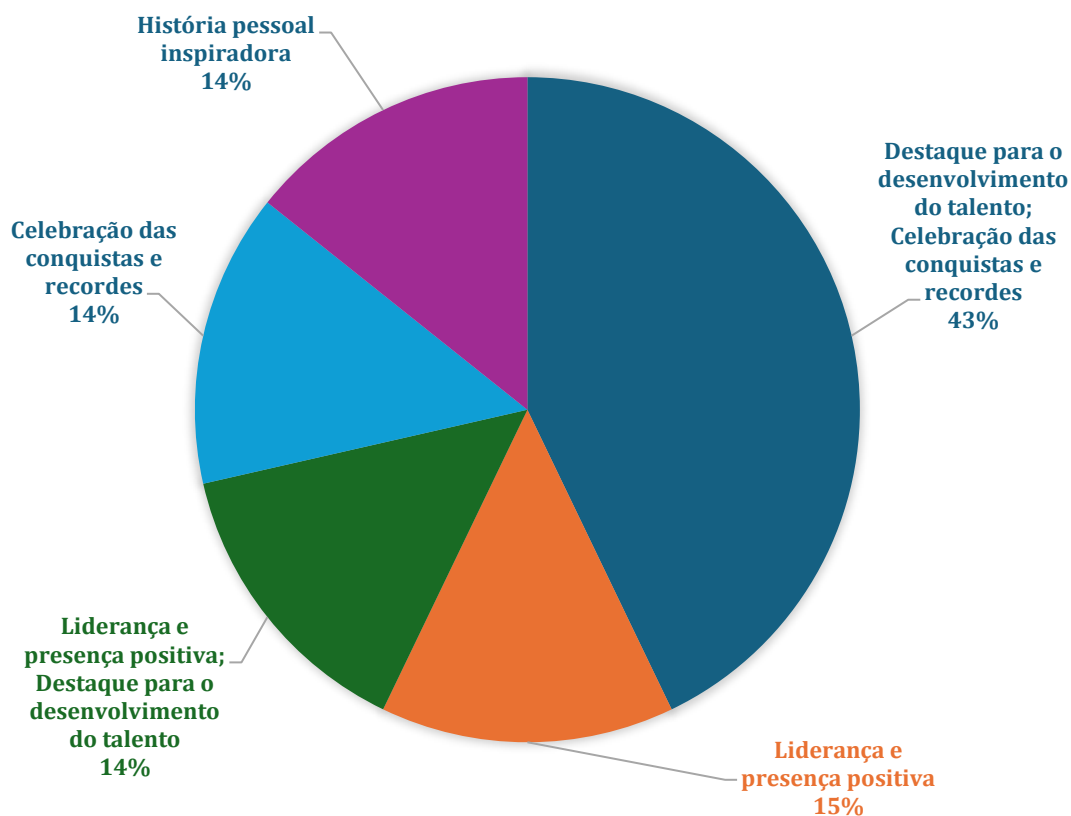


Figura 1. Categorização do enquadramento positivo no texto

Por outro lado, a análise qualitativa do enquadramento positivo revelou cinco padrões recorrentes. O mais frequente foi a combinação entre a celebração das conquistas e a valorização do desenvolvimento do talento, presente em 42,9% dos artigos. Um artigo (14,3%) centrou-se exclusivamente na liderança e presença positiva, enquanto outro combinou liderança com o reconhecimento do talento e das competências. Nos restantes casos, um artigo (14,3%) focou-se unicamente na celebração das conquistas desportivas e outro enfatizou uma história pessoal inspiradora.

Embora estes resultados indiquem uma abordagem construtiva à forma como as atletas são retratadas, devem ser interpretados com cautela devido à reduzida dimensão da amostra.

Além disso, os resultados estão em linha com investigações anteriores que demonstram que, quando as mulheres são incluídas nos meios de comunicação desportivos, a sua visibilidade está frequentemente associada a desempenhos excecionais, o que pode, inadvertidamente, reforçar a perceção de que as atletas têm de “provar o seu valor” para merecer cobertura mediática.

5. Presença e número de imagens nos artigos

Os sete artigos que destacaram atletas femininas na amostra portuguesa incluíram todos pelo menos uma imagem das atletas mencionadas, confirmando uma taxa de inclusão de 100%. Em quatro destes artigos (57,1%) foi utilizada apenas uma imagem. Nos restantes três artigos (42,9%) foram identificadas duas ou mais imagens. Estes resultados sugerem que, embora a presença de imagens seja consistente, a representação visual mais extensa (isto é, com várias imagens) ocorre em menos de metade dos casos. Ainda assim, a inclusão visual das atletas femininas, quando representadas no conteúdo, parece constituir uma prática editorial regular nos meios analisados.

5.1. Linguagem sexista e estereótipos de género nas imagens

Entre os sete artigos analisados que continham imagens de atletas femininas, não foram identificados casos de linguagem sexista, estereótipos de género, objetificação, sexualização ou trivialização do desempenho. Do mesmo modo, não foram observados casos de enquadramento negativo, o que sugere uma tendência para evitar práticas visuais discriminatórias ou depreciativas quando as atletas são representadas neste tipo de publicações especializadas.

Por outro lado, todas as imagens (100%) apresentaram enquadramento positivo, o que indica uma abordagem predominantemente valorizadora na representação das mulheres no desporto. As categorias de enquadramento positivo identificadas refletem temas como talento, liderança, sucesso e histórias inspiradoras.

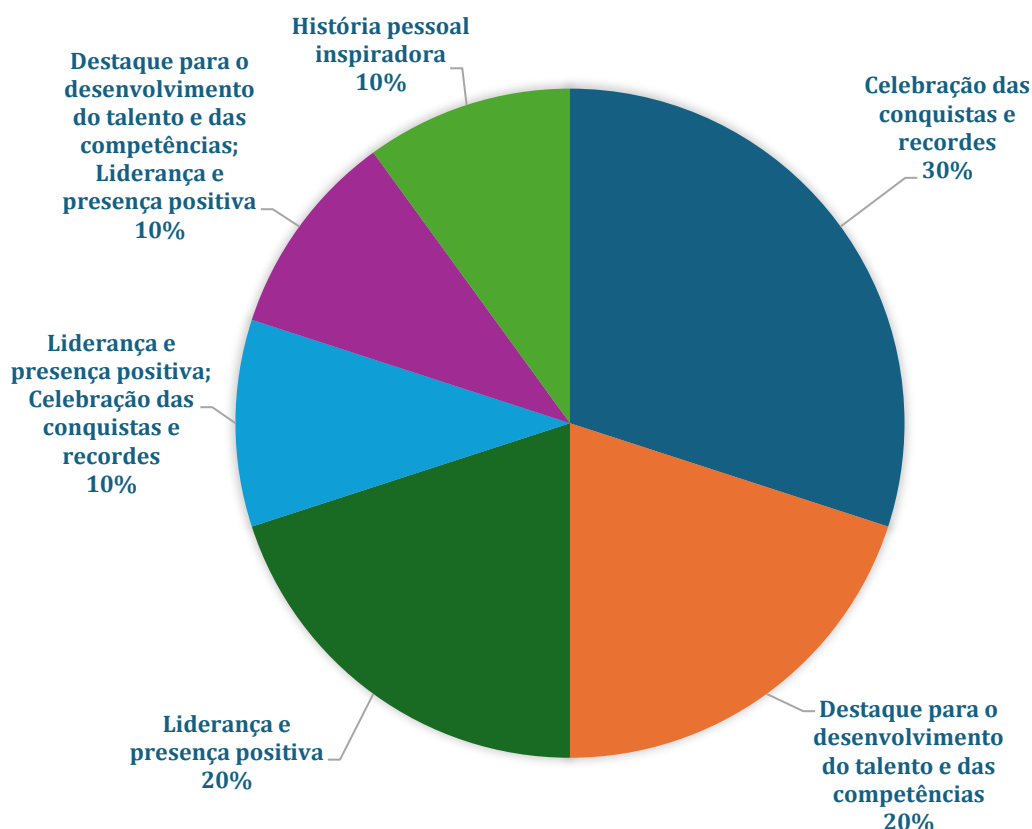


Figura 2. Categorização do enquadramento positivo das imagens

Estas representações visuais são consistentes com os padrões observados no conteúdo textual, reforçando atributos simbólicos positivos como liderança, competência e realização pessoal. Embora a amostra seja reduzida, os dados sugerem uma tendência editorial favorável quando as atletas femininas são representadas visualmente.

6. Análise da relação entre a dimensão das imagens e o enquadramento das atletas femininas

Para explorar a relação entre a dimensão das imagens publicadas e o enquadramento positivo das atletas femininas, foram analisados os sete artigos da amostra portuguesa de revistas desportivas online que incluíam representações visuais de mulheres no desporto. Este subgrupo qualitativo é notoriamente pequeno e, por isso, requer uma interpretação cautelosa; ainda assim, fornece pistas relevantes sobre as representações simbólicas nos media.

Foram consideradas duas variáveis principais na análise:

Dimensão da imagem: codificada com base na área visual ocupada no artigo (ou seja, menos de ¼ da página, ¼ da página, meia página e mais de meia página);

Enquadramento positivo na imagem: identificado através da codificação qualitativa prévia em categorias como celebração de conquistas e recordes, valorização do talento e competências, ênfase na liderança e presença positiva, e partilha de histórias pessoais inspiradoras.

Tabela 7. Cruzamento entre a dimensão da imagem e as categorias de enquadramento positivo (n = 7)

Dimensão da imagem	Categorias de enquadramento positivo	Frequência	Porcentagem
Pequena (< ¼ da página)	Valorização do desenvolvimento de talento e competências	1	14.3%
	Celebração de conquistas e recordes	1	14.3%
	Celebração de conquistas e recordes e valorização do desenvolvimento de talento e competências	1	14.3%
¼ da página	Valorização do desenvolvimento de talento e competências e ênfase na liderança e presença positiva	1	14.3%
Meia página	Celebração de conquistas e recordes e ênfase na liderança e presença positiva	1	14.3%
Mais de metade do artigo	Partilha de histórias pessoais inspiradoras	1	14.3%
Metade do artigo	Celebração de conquistas e recordes e valorização do desenvolvimento de talento e competências	1	14.3%

A análise cruzada revela que imagens mais pequenas (menos de um quarto da página) estiveram associadas a formas relativamente simples de enquadramento positivo, muitas vezes limitadas a uma única dimensão, como a conquista ou o talento. Em contraste, imagens maiores (meia página ou mais) tenderam a transmitir enquadramentos mais complexos ou multifacetados, combinando frequentemente vários elementos simbólicos (por exemplo, liderança, talento e celebração).

Embora cada grupo de dimensão da imagem esteja representado apenas por um artigo, devido ao tamanho reduzido da amostra, o padrão sugere uma possível tendência editorial: uma maior proeminência visual parece estar associada a representações mais ricas e valorizadoras das atletas femininas. Por exemplo, o único artigo codificado como superior a meia página foi associado a histórias pessoais inspiradoras, uma categoria que frequentemente reflete um maior envolvimento narrativo.

Nota metodológica

Dado o tamanho limitado da amostra (n=7), esta análise mantém-se exploratória e descritiva. A aplicação do teste do qui-quadrado de Pearson ou de outras estatísticas inferenciais não seria adequada neste contexto, uma vez que não estão reunidos os pressupostos de frequência esperada e de distribuição. Ainda assim, os padrões preliminares identificados são consistentes com tendências mais amplas observadas nos estudos de género e media, podendo servir de base para futuras investigações com conjuntos de dados mais alargados.

7. Síntese dos resultados

Os resultados da análise das revistas desportivas online em Portugal revelam algumas limitações na disseminação de informação sobre atletas femininas. Apenas 19,4% das edições analisadas mencionaram mulheres no desporto. Embora as publicações especializadas tenham potencial para oferecer mais espaço a disciplinas menos mediáticas, essa abertura não se traduz numa representação equilibrada em termos de género. A maioria das referências a atletas femininas foi ocasional, centrada em modalidades individuais e em níveis amadores, reforçando uma tendência editorial de sub-representação do desporto feminino. No entanto, nos poucos casos identificados — e em linha com a análise anterior — os retratos foram positivos, evitando estereótipos ou linguagem sexista, tanto no texto como nas imagens.

Do ponto de vista visual, todas as imagens incluídas apresentaram enquadramento positivo, destacando talento, conquistas, liderança e histórias inspiradoras. Ainda assim, a reduzida dimensão da amostra (n=7) coloca limitações significativas e impede a utilização de análises estatísticas mais robustas. Apesar disso, os resultados mostram-se consistentes com os observados na amostra de jornais impressos e oferecem pistas relevantes para futuras análises baseadas em amostras mais amplas e diversificadas.

Análise das redes sociais: perfis no X

Esta secção analisa a presença e a representação de atletas femininas em publicações feitas em perfis portugueses na plataforma X (anteriormente Twitter), no âmbito do projeto POWER. Esta etapa procura compreender de que forma perfis institucionais e individuais do setor desportivo contribuem (ou não) para a visibilidade das mulheres no espaço digital, com especial enfoque no X, uma das plataformas de redes sociais mais utilizadas por federações, clubes, jornalistas e atletas para a divulgação de conteúdos desportivos em tempo real.

A análise centrou-se num único dia selecionado aleatoriamente entre junho de 2024 e fevereiro de 2025, permitindo um exame pontual, mas revelador, das dinâmicas de género nas publicações. A recolha de dados seguiu um protocolo comum estabelecido pelo projeto POWER, considerando perfis portugueses com atividade relevante na plataforma. Foram analisados dois perfis institucionais de media com elevado número de seguidores (entre 200.000 e 1 milhão): um especializado em desporto (*Record*) e outro generalista (*Público*).

1. Número de publicações analisadas por perfil no X

A Tabela 1 apresenta a distribuição das 59 publicações analisadas no X no estudo de caso português, de acordo com o perfil institucional de origem. Foram incluídos dois perfis nacionais com elevado número de seguidores: o *Record*, um órgão de comunicação especializado em desporto, e o *Público*, um jornal generalista.

Tabela 1. Distribuição das publicações no X por perfil

Jornal	Este é um jornal especializado em desporto?	Número de publicações no X	Percentagem
Record	Sim	32	54.2%
Público	Não	27	45.8%
Total		59	100%

A amostra inclui um número relativamente equilibrado de publicações de ambos os perfis, permitindo uma análise comparativa entre um órgão especializado em desporto e um de informação generalista. O *Record*, enquanto plataforma dedicada ao desporto, representa a maioria das publicações (54,2%), o que poderá refletir a sua produção consistente de conteúdos relacionados com a área desportiva. No entanto, a inclusão significativa do *Público* permite avaliar de que forma o desporto feminino é representado em contextos não especializados.

2. Período de recolha de dados

A Tabela 2 apresenta a distribuição das 59 publicações no X de acordo com o mês de publicação. Os dados foram recolhidos entre janeiro de 2024 e fevereiro de 2025, permitindo observar potenciais variações sazonais ou contextuais.

Tabela 2. Distribuição das publicações no X por período de recolha de dados

Mês	Frequência	Percentagem
Janeiro/24	2	5%
Fevereiro/24	3	7.5%
Junho/24	4	10%
Julho/24	4	10%
Agosto/24	6	15%
Setembro/24	4	10%
Outubro/24	4	10%
Novembro/24	5	12.5%
Dezembro/24	2	5%
Janeiro/25	4	10%

As publicações no X estão bem distribuídas ao longo do tempo, abrangendo todas as estações do ano. Uma ligeira concentração em agosto de 2024 (15%) poderá refletir o aumento da cobertura desportiva devido aos Jogos Olímpicos. A diversidade temporal reforça a fiabilidade da amostra, reduzindo enviesamentos associados a períodos específicos.

A Tabela 3 apresenta a distribuição das 59 publicações no X de acordo com o dia da semana em que foram publicadas, permitindo identificar padrões editoriais ao longo da semana.

Tabela 3. Distribuição das publicações no X por dia da semana de recolha de dados

Dia da Semana	Frequência	Percentagem
Segunda-feira	6	10.2%
Terça-feira	10	16.9%
Quarta-feira	4	6.8%
Quinta-feira	10	16.9%
Sexta-feira	4	6.8%
Sábado	15	25.4%
Domingo	10	16.9%
Total	59	100%

Verifica-se uma concentração notória de publicações no X ao sábado (25,4%), o que poderá refletir rotinas editoriais associadas à cobertura desportiva de fim de semana.

3. Número de publicações no X dedicadas a atletas masculinos vs. femininos

Esta comparação apresenta o número de publicações na plataforma X dedicadas a atletas masculinos e femininos nos dias em que os dados foram recolhidos. É de salientar que, das 59 publicações analisadas, 37 (62,7%) não incluíram qualquer referência a atletas femininas (ver Tabela 4).

A variável é dicotómica (sim/não), e o número de publicações sem qualquer menção é destacado de forma a avaliar a dimensão da invisibilidade feminina no panorama mediático desportivo.

Tabela 4. Menção a atletas femininas nas publicações do X

As publicações no X mencionam atletas femininas?	Frequência	Percentagem
Sim	22	37.3%
Não	37	62.7%
Total	59	100%

Apenas 37,3% das publicações incluíram qualquer menção a atletas femininas, enquanto a maioria (62,7%) não fez qualquer referência a estas.

Tabela 5. Número de publicações no X dedicadas a atletas masculinos e femininos

Número de publicações no X	Atletas masculinos	Atletas femininas
Nenhum	3	37
Um	2	13
Entre 2 e 4	10	9
Entre 5 e 8	10	-
Mais de 8	34	-

No estudo de caso português, foi analisado um total de 59 publicações na plataforma X, distribuídas por 38 dias diferentes. A maioria destas publicações referia-se a atletas masculinos.

Especificamente, 34 publicações (57,6%) incluíram mais de oito menções a atletas masculinos, e outras 10 publicações (16,9%) referiram entre cinco e oito atletas masculinos. Isto significa que quase três quartos (74,6%) das publicações se centraram predominantemente em atletas do sexo masculino, refletindo um desequilíbrio de género significativo no conteúdo partilhado pelos perfis analisados.

Em contraste, as atletas femininas estiveram ausentes em 37 das 59 publicações (62,7%). Quando presentes, a sua representação foi geralmente mínima: 13 publicações (22,0%) incluíram apenas uma menção a uma atleta feminina, e apenas 9 publicações (15,3%) incluíram entre duas e quatro menções. Importa salientar que nenhuma publicação referiu mais de quatro atletas femininas.

Estes números dizem respeito exclusivamente às 59 publicações analisadas em perfis institucionais e mediáticos portugueses na plataforma X, no âmbito do projeto POWER. Embora não reflitam a totalidade da comunicação desportiva em Portugal ou na própria plataforma, os dados sugerem que as atletas femininas permanecem largamente invisíveis neste segmento dos media digitais desportivos. Mesmo num ambiente dinâmico e socialmente envolvente como o X, a representação das mulheres é inexistente ou marginal, reforçando padrões de sub-representação e desequilíbrio de género.

4. Análise das publicações sobre atletas femininas no X

Do conjunto total de observações, foram identificadas 22 publicações que incluíam menção a atletas femininas nos perfis portugueses do X (ou seja, *Record* e *Público*). Estas entradas constituem a base para uma análise mais detalhada da forma como as atletas femininas são representadas neste segmento dos media desportivos. As características analisadas incluem o tipo de modalidade envolvida e o nível competitivo das atletas destacadas.

Tabela 6. Características das publicações no X que mencionam atletas femininas em Portugal (n = 7)

Variable	Categoria	Frequência	Percentagem Válida
Tipo de modalidade apresentada	Modalidades coletivas	12	54.5%
	Modalidades individuais	9	40.9%
	Mistas (coletivas e individuais)	1	4.5%
Nível competitivo das atletas	Amador	2	9%
	Formação/Desporto de base	1	4.8%
	Profissional	11	52.4%
	Olímpico	7	33.3%

As modalidades coletivas foram ligeiramente mais proeminentes do que as individuais, surgindo em 54,5% das publicações no X. Em termos de nível competitivo, a maioria das publicações focou-se em atletas profissionais (52,4%). O nível olímpico esteve representado em sete casos (33,3%).

É importante salientar que estes resultados dizem respeito especificamente à amostra atual do perfil especializado do X, *Record*, e do perfil não especializado, *Público*. Embora não possam ser generalizados para a totalidade dos media desportivos portugueses, alinham-se com padrões identificados em investigações anteriores: uma tendência para marginalizar as atletas femininas, sobretudo fora dos grandes eventos ou de modalidades percecionadas como tradicionalmente femininas.

4.1. *Linguagem sexista e estereótipos de género nas publicações do X*

Tal como referido anteriormente, a recolha de dados em Portugal identificou 22 publicações no X que incluíam referências a atletas femininas. A análise textual dessas publicações não revelou quaisquer exemplos explícitos de linguagem sexista ou expressões depreciativas baseadas no género. Apenas duas publicações (9%) evidenciaram sinais de trivialização do desempenho das atletas (1) e de apresentação de estereótipos de género (1). Este tipo de narrativas reforça perceções ultrapassadas e merece atenção crítica no contexto de práticas editoriais mais alargadas.

Importa destacar que não foram identificados casos de sexualização ou objetificação das atletas femininas no conteúdo destas publicações, o que pode indicar uma evolução positiva no discurso desportivo no que respeita à cobertura das mulheres. No entanto, esta conclusão deve ser interpretada com cautela, dado que a amostra é relativamente pequena.

Em contraste, 11 publicações (50%) incluíram representações positivas das atletas femininas (ver Figura 1). Estas foram transmitidas através da celebração de conquistas e recordes, da valorização do talento e das competências, da ênfase na liderança e da partilha de histórias pessoais inspiradoras. Este tipo de representações aponta para uma tendência de valorização do papel e das realizações das mulheres quando estas são tornadas visíveis no discurso mediático desportivo.

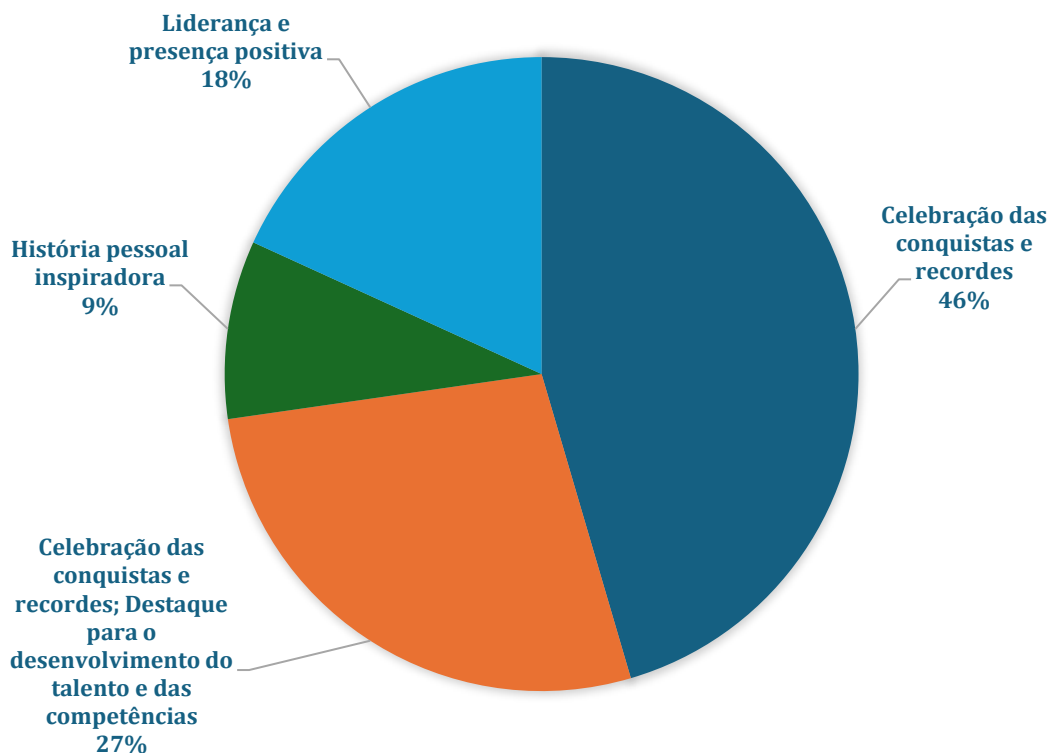


Figura 1. Categorização do enquadramento positivo no texto

Embora estes resultados não possam ser generalizados para a totalidade do panorama mediático desportivo português, fornecem uma imagem indicativa da forma como as atletas femininas são representadas nos perfis do X analisados. A baixa incidência de estereótipos negativos ou de objetificação, combinada com a frequência de retratos positivos, pode constituir um indicador relevante.

5. Presença e número de imagens nas publicações do X

Das 22 publicações no X que mencionaram atletas femininas, todas foram analisadas quanto à presença de imagens. Os dados mostram que 14 publicações (63,6%) incluíram pelo menos uma imagem da(s) atleta(s) mencionada(s), enquanto 8 publicações (36,4%) não apresentaram qualquer imagem. Este padrão sugere que, embora a maioria das publicações tenha incluído representação visual, uma proporção considerável continua a não recorrer a imagens, o que poderá limitar o impacto visual e a visibilidade das atletas femininas nas redes sociais.

A presença de imagens é particularmente relevante para reforçar a representação das mulheres no desporto, sobretudo em plataformas como o X, onde o conteúdo visual é central para o alcance e o envolvimento do público. É importante sublinhar que estes resultados dizem respeito a uma amostra limitada de perfis portugueses analisados no presente estudo e não devem ser generalizados a todo o panorama dos media digitais desportivos.

5.1. Linguagem sexista e estereótipos de género nas imagens das publicações do X

Entre as 11 publicações no X que incluíam imagens mencionando atletas femininas, não foram identificados casos de sexualização, objetificação, estereótipos de género ou trivialização do desempenho nas representações visuais. Apenas uma publicação (9,1%) apresentou enquadramento negativo, relacionado com sanções ou questões disciplinares representadas na imagem.

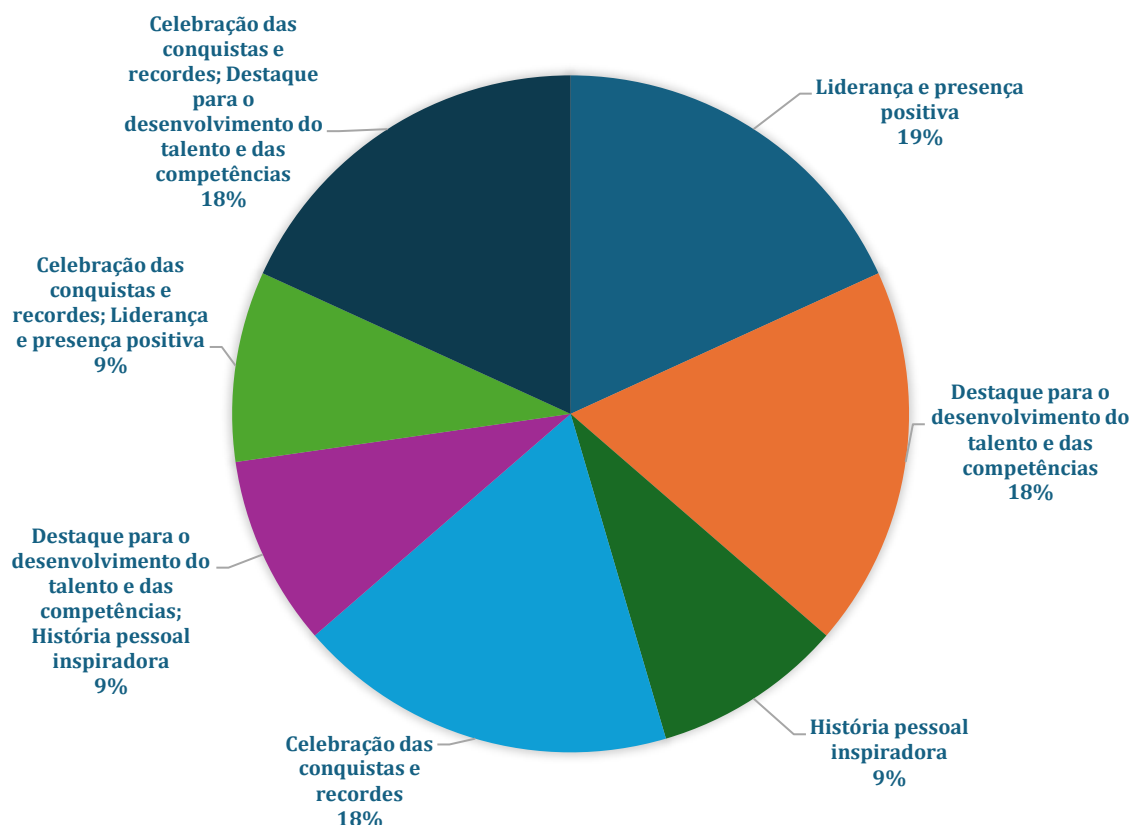


Figura 2. Categorização do enquadramento positivo nas imagens

Por outro lado, todas as 11 publicações (100%) enquadraram as atletas de forma positiva, reforçando atributos simbólicos associados ao mérito, à liderança ou à inspiração. Embora a amostra analisada seja limitada, a ausência de representações sexistas e a prevalência de narrativas visuais afirmativas podem indicar uma abordagem mais respeitosa e construtiva na cobertura digital examinada.

6. Síntese dos resultados

A análise dos perfis portugueses na plataforma X, realizada no âmbito do projeto POWER, oferece contributos valiosos para compreender a representação digital das atletas femininas. Os resultados evidenciam um claro desequilíbrio de género na cobertura desportiva, uma vez que a maioria das publicações analisadas (62,7%) não continha qualquer referência a atletas femininas. Mesmo nos casos em que são mencionadas, a sua visibilidade permanece limitada. A concentração de conteúdos centrados em atletas masculinos, particularmente no órgão de comunicação especializado em desporto Record, reforça padrões

já identificados nos media tradicionais: a marginalização do desporto feminino e a predominância de narrativas masculinas.

Apesar deste desequilíbrio, o tom e o conteúdo (tanto textual como visual) das 22 publicações não revelaram exemplos explícitos de linguagem sexista nem casos claros de objetificação ou sexualização. Além disso, metade dessas publicações apresentou enquadramento positivo, destacando liderança, conquistas, talento ou inspiração. Isto sugere que, quando incluídas, as atletas tendem a ser retratadas com dignidade e mérito.

No entanto, estes resultados devem ser interpretados tendo em conta as limitações da análise. A amostra é reduzida (N = 59) e baseia-se apenas em dois perfis institucionais de media, o que pode não refletir plenamente as estratégias editoriais destes meios nem a complexidade mais ampla da representação de género nos media desportivos portugueses. Acresce que o número limitado de publicações que referem atletas femininas restringe a possibilidade de realizar análises estatísticas inferenciais. Embora seja possível identificar tendências descritivas, a amostra não é suficientemente robusta para sustentar generalizações ou testar hipóteses de forma estatisticamente válida.

Por fim, os dados sugerem que as atletas femininas continuam sub-representadas no panorama dos media digitais desportivos em Portugal, mesmo em plataformas como o X, que oferecem oportunidades para uma disseminação de conteúdos mais imediata e inclusiva. Futuras investigações com amostras mais amplas, uma maior diversidade de perfis (por exemplo, atletas, federações) e períodos de análise mais longos serão essenciais para confirmar estas tendências e promover uma visibilidade mais equitativa das mulheres no desporto português.

Análise dos episódios televisivos online

Esta análise refere-se à amostra portuguesa de episódios televisivos online codificados entre junho de 2024 e fevereiro de 2025, no âmbito do projeto POWER. O estudo examinou a visibilidade e o enquadramento das atletas femininas em segmentos noticiosos de desporto transmitidos por canais nacionais de televisão.

1. Número de episódios analisados por canal de televisão

A Tabela 1 apresenta a distribuição dos 39 episódios analisados de acordo com o canal de origem. A amostra inclui edições de dois canais nacionais de grande circulação: RTP e TVI. Ambos são canais generalistas com cobertura desportiva regular nos seus blocos noticiosos.

Tabela 1. Distribuição dos episódios por canal

Canal de Televisão	Número de Episódios	Percentagem
RTP	20	51.3%
TVI	19	48.7%

A amostra está relativamente equilibrada entre os dois canais, permitindo uma análise comparativa. A RTP representa ligeiramente mais de metade da amostra (51,3%), o que sugere uma inclusão um pouco mais frequente de episódios deste canal.

2. Período de recolha de dados

A Tabela 2 apresenta a distribuição dos 39 episódios de acordo com o mês de transmissão. A análise abrange o período de junho de 2024 a fevereiro de 2025, cobrindo diferentes estações e ciclos noticiosos.

Tabela 2. Distribuição dos episódios por mês

Mes	Frequência	Percentagem
Junho/24	4	10.3%
Julho/24	4	10.3%
Agosto/24	4	10.3%
Setembro/24	4	10.3%
Outubro/24	6	15.4%
Novembro/24	4	10.3%
Dezembro/24	4	10.3%
Janeiro/25	6	15.4%
Fevereiro/25	3	7.7%

A distribuição encontra-se bem repartida ao longo dos meses. Outubro de 2024 e janeiro de 2025 registaram a maior concentração de episódios codificados (15,4% cada), enquanto fevereiro de 2025 apresentou o número mais reduzido.

3. Distribuição por dia da semana

A Tabela 3 apresenta a distribuição dos episódios de acordo com o dia da semana em que foram transmitidos. Esta análise permite identificar rotinas editoriais ou tendências associadas a dias específicos.

Tabela 3. Distribuição dos episódios por dia da semana

Dia da Semana	Frequência	Percentagem
Segunda-feira	6	15.4%
Terça-feira	6	15.4%
Quarta-feira	6	15.4%
Quinta-feira	6	15.4%
Sexta-feira	5	12.8%
Sábado	6	15.4%
Domingo	4	10.3%

A distribuição ao longo dos dias da semana é relativamente equilibrada, sugerindo uma cobertura consistente das notícias desportivas durante toda a semana, sem um foco editorial marcado em qualquer dia específico.

4. Análise das reportagens televisivas sobre atletas femininas

Da totalidade da amostra, apenas 5 episódios incluíram alguma referência a atletas femininas em Portugal. Estas reportagens constituem a base para uma análise mais detalhada,

centrada nas características específicas da forma como as mulheres são representadas nas notícias desportivas televisivas.

Tabela 4. Características das reportagens que incluíram atletas femininas

Variável	Categoria	Frequência	Percentagem Válida
O relatório está relacionado com o desporto?	Modalidade coletiva	4	80.0%
	Modalidade individual	1	20.0%
Tipo de modalidade apresentada	Futebol	3	60.0%
	Judo	1	20.0%
	Basquetebol	1	20.0%
Nível competitivo das atletas	Profissional	5	100.0%

Todas as reportagens estavam diretamente relacionadas com o desporto, focando-se principalmente em modalidades coletivas, em especial o futebol. Não houve referências a atletas no contexto olímpico ou de base, e todas as atletas destacadas eram profissionais.

4.1. Linguagem sexista e estereótipos de género

Nenhuma das cinco reportagens analisadas trivializou o desempenho das atletas femininas e não foram identificados estereótipos de género nas imagens. Isto pode indicar uma evolução positiva no plano editorial. Além disso, nenhuma reportagem apresentou imagens sexualizadas ou objetificadoras das atletas.

Pelo contrário, todas as cinco reportagens (100%) enquadraram as atletas femininas de forma positiva, sobretudo através da celebração de conquistas ou da valorização da performance.

Entre estas cinco reportagens com enquadramento positivo:

- 60% combinaram celebração de conquistas com reconhecimento do talento;
- 40% focaram-se exclusivamente nas conquistas;
- Nenhuma destacou liderança, inspiração ou narrativas mais abrangentes.

Isto revela uma tendência para retratar as atletas femininas através de uma lente de performance, sem uma exploração mais profunda das suas histórias pessoais ou dos seus papéis de liderança.

4.2. Presença de género e tempo de antena nas notícias desportivas televisivas

Dos 39 episódios analisados:

- 33 episódios (84,6%) incluíram pelo menos uma reportagem sobre atletas masculinos;
- Apenas 5 episódios (12,8%) mencionaram atletas femininas;

- No total dos episódios, o tempo de antena estimado dedicado às atletas femininas foi de apenas 7 minutos.

Este resultado reflete um desequilíbrio significativo, tanto em termos de presença como de peso editorial. Enquanto os homens foram destaque na maioria dos episódios, as mulheres surgiram em menos de um em cada oito e, mesmo quando incluídas, a sua cobertura foi breve e isolada.

Os 7 minutos acumulados dedicados ao desporto feminino, ao longo de todos os meses e canais, evidenciam quão limitada continua a ser a sua visibilidade no espaço público da informação televisiva.

5. Síntese dos resultados

A análise dos episódios televisivos portugueses evidencia limitações claras na visibilidade e no enquadramento das atletas femininas no jornalismo desportivo televisivo. Importa salientar que o número de episódios codificados foi relativamente reduzido ($n = 39$), dos quais apenas cinco incluíram qualquer referência a atletas femininas. Esta amostra limitada exige cautela na interpretação dos resultados e não permite generalizações sobre o panorama mais amplo dos media portugueses.

Apesar destas restrições, os dados apontam para um desequilíbrio de género persistente, consistente com estudos anteriores e com a evidência empírica existente. Enquanto os atletas masculinos foram incluídos em 84,6% dos episódios analisados, as mulheres apareceram em apenas 12,8%. Além disso, o tempo total de antena dedicado às atletas femininas foi de apenas 7 minutos. Estes resultados sugerem que a presença das mulheres nas notícias desportivas televisivas continua a ser esporádica e marginal, não fazendo parte de uma estratégia editorial consistente.

Por outro lado, quando as atletas femininas foram incluídas, a sua representação foi geralmente positiva. As reportagens centraram-se na performance desportiva, nas conquistas e no talento, sem registo de linguagem sexista, sexualização, trivialização ou enquadramento negativo. Isto sugere uma tendência editorial para evitar discursos discriminatórios. Contudo, este enquadramento positivo não compensa o problema estrutural da sub-representação. O reconhecimento sem visibilidade regular continua a reforçar a marginalização simbólica. Além disso, o tipo de enquadramento observado revelou-se relativamente limitado, sem referências à liderança, às narrativas pessoais ou a contributos sociais mais amplos.

Em conclusão, os resultados sugerem que, embora o tom da cobertura esteja a evoluir para uma direção mais positiva, a frequência e a profundidade da representação continuam insuficientes. Combater o desequilíbrio de género nos media desportivos requer, portanto, não apenas práticas de enquadramento mais justas, mas, acima de tudo, uma presença mais frequente, diversificada e estruturada das atletas femininas na agenda mediática quotidiana.

Análise do Grupo Focal

A aplicação da técnica de grupo focal permite recolher uma quantidade adequada de dados num curto período de tempo. No entanto, não é possível assegurar totalmente a



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



espontaneidade das contribuições dos participantes. Ainda assim, parte da informação obtida durante uma sessão de grupo focal poderá revelar-se de grande valor, uma vez que seria de difícil recolha apenas através da observação simples da realidade (Freitas et al., 1998, p.4).

O objetivo de um grupo focal é permitir que os participantes compreendam o tema de interesse para o investigador, seja utilizando este método de forma isolada ou em articulação com outros métodos de investigação. Os grupos focais serão realizados em diferentes contextos, considerando as atletas femininas. Tirando partido da natureza intersubjetiva e partilhada desta técnica, acreditamos que esta etapa será particularmente útil para identificar determinantes da cobertura mediática das atletas femininas, dado que a revisão do estado da arte aponta sobretudo para fatores muito gerais. Desta forma, a perceção deste fenómeno será mais precisa.

Objetivos principais

- Refletir sobre a representação das atletas femininas nos meios de comunicação desportivos.
- Discutir as causas e consequências da desigualdade de género na cobertura mediática.

Crítérios de inclusão

Cada grupo focal deverá incluir:

- Jornalistas (pelo menos 1);
- Profissionais da comunicação social (pelo menos 1);
- Criadores de conteúdos ou gestores (pelo menos 1);
- Atletas femininas (pelo menos 1);
- Participantes adicionais que possam representar outros stakeholders (atletas masculinos; profissionais de media ou de federações desportivas, pelo menos 3).

The Flow of the Focus Group

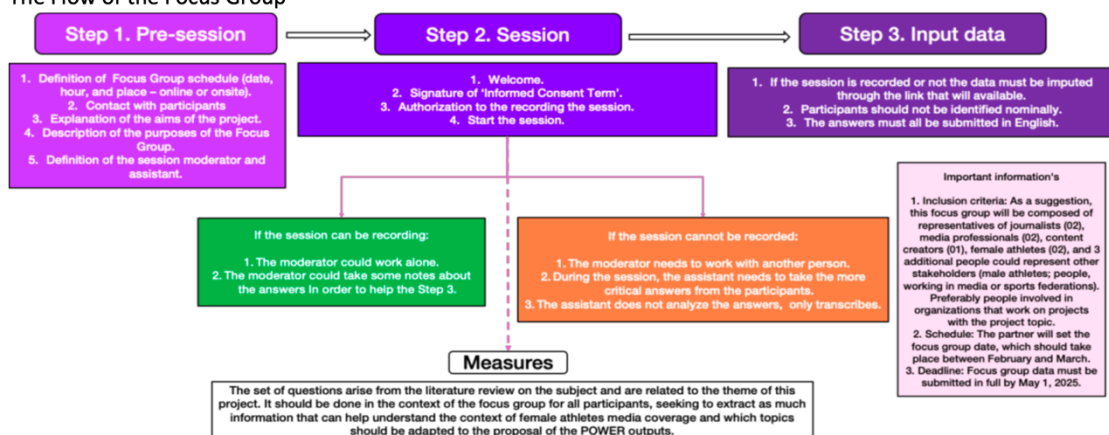


Figure 3. Flow of the focus group sessions

1. Quadro analítico e desenvolvimento de categorias

As categorias temáticas utilizadas neste estudo emergiram de uma abordagem híbrida que combinou contributos indutivos do grupo focal português com um enquadramento

dedutivo fundamentado na literatura existente. Com base no modelo de análise temática de Braun e Clarke (2006), o processo de codificação envolveu múltiplas leituras da transcrição, a identificação de padrões relevantes e a subsequente organização destes em categorias analíticas mais amplas.

A estrutura pré-definida que orientou este processo foi informada por contributos académicos-chave no estudo da representação de género nos meios de comunicação desportivos. Os estudos fundamentais de George et al. (2001) e Sherwood et al. (2016) destacaram o desequilíbrio persistente na visibilidade e no enquadramento das atletas femininas nos meios de comunicação, tanto textuais como visuais, incluindo o papel das práticas editoriais e das expectativas do público na definição da cobertura. Martínez-Abajo et al. (2020) aprofundaram ainda a forma como as atletas percebem a sua representação, sublinhando preocupações recorrentes sobre sub-representação, estereótipos emocionais e falta de foco no desempenho desportivo.

Kane, LaVoi e Fink (2013) introduziram contributos críticos sobre a objetificação e sexualização das atletas, particularmente através da imagem visual, enquanto Jones e Greer (2011) demonstraram como a aparência feminina influencia a perceção do público e o tratamento mediático das mulheres no desporto. Estes trabalhos forneceram uma base teórica e empírica para a definição das categorias utilizadas nesta análise.

Assim, as seis categorias finais — *Desigualdade na Cobertura Mediática, Estereótipos e Sexualização, Falta de Foco no Desempenho, Impacto nas Carreiras das Atletas, Estereótipos Sexistas e de Género, e Necessidade de Mudança*— refletem tanto os padrões temáticos identificados no grupo focal como as bases conceptuais estabelecidas em investigações anteriores. Esta abordagem garante que a análise permanece simultaneamente enraizada nas perspetivas dos participantes e teoricamente robusta.

2. Categorias, definições e questões do grupo focal

1. Desigualdade na Cobertura Mediática

Definição: As atletas femininas recebem significativamente menos visibilidade do que os seus homólogos masculinos, tanto em quantidade como em destaque. Esta disparidade afeta o reconhecimento público e diminui o seu valor percebido no mundo desportivo.

Questões para o Grupo Focal:

- O que considera que poderia ser feito para aumentar a cobertura mediática dedicada às mulheres no desporto? (obrigatória)
- Quais as modalidades femininas que pensa que recebem cobertura? Porquê? (obrigatória)
- Acredita que a falta de cobertura afeta a perceção pública do valor das conquistas das mulheres no desporto? (adicional, se necessário)

2. Estereótipos e Sexualização

Definição: As representações mediáticas tendem a reforçar estereótipos de género tradicionais ou a sexualizar as atletas femininas, focando-se mais na aparência física e em traços emocionais do que na competência desportiva.

Questões para o Grupo Focal:

- Considera que o público espera ver as atletas femininas de uma forma específica? Se sim, como é que isso influencia a forma como os media as retratam? (obrigatória)
- Já reparou em representações sexualizadas de atletas femininas nos media? Como pensa que isso afeta a perceção do público e das próprias atletas? (adicional, se necessário)
- Na sua opinião, existe diferença na forma como os media abordam a aparência física das atletas femininas em comparação com os atletas masculinos? Como deveria esta situação mudar? (adicional, se necessário)

3. Falta de Foco no Desempenho

Definição: A cobertura do desporto feminino tende a negligenciar o desempenho desportivo, focando-se antes no estilo de vida, aparência ou histórias pessoais, o que desvaloriza as suas conquistas desportivas.

Questões para o Grupo Focal:

- Porque pensa que os media se focam mais em aspetos pessoais ou superficiais das atletas femininas em vez das suas competências e desempenho desportivo? (obrigatória)
- Acredita que as atletas deveriam ter mais controlo sobre as narrativas das suas próprias histórias? Que ferramentas ou plataformas poderiam ajudar neste processo? (adicional, se necessário)

4. Impacto nas Carreiras das Atletas

Definição: A cobertura limitada e enviesada das atletas femininas influencia negativamente a sua capacidade de garantir patrocínios, contratos mediáticos e sustentabilidade a longo prazo nas suas carreiras desportivas.

Questões para o Grupo Focal:

- Qual seria o impacto de uma maior visibilidade das conquistas desportivas femininas na inspiração das futuras gerações? (obrigatória)
- Pensa que a forma como os media cobrem as mulheres no desporto afeta diretamente as suas hipóteses de garantir patrocínios e apoio financeiro? (adicional, se necessário)
- Que tipo de apoio considera necessário para ajudar as atletas a construir carreiras mais sustentáveis? (adicional, se necessário)

5. Estereótipos Sexistas e de Género

Definição: O discurso mediático reforça frequentemente pressupostos sexistas, retratando as mulheres através de uma lente limitada de emotividade, dependência ou inferioridade, enquanto os conteúdos visuais podem objetificar ou marginalizar a sua presença.

Questões para o Grupo Focal:



Co-funded by
the European Union



- Acredita que os media estão a melhorar no que toca à redução dos estereótipos de género? O que ainda precisa de ser melhorado? (obrigatória)
- Que exemplos de representações baseadas em estereótipos já observou nos meios de comunicação desportivos? (adicional, se necessário)
- Como podem os profissionais/estudantes de comunicação e media ser formados para evitar representações sexistas ou estereotipadas? (adicional, se necessário)

6. Necessidade de Mudança

Definição: Existe um reconhecimento crescente da necessidade de representações mais inclusivas, precisas e capacitadoras das mulheres no desporto. A representação deve refletir diversidade, promover igualdade e servir como instrumento de mudança social.

Questões para o Grupo Focal:

- Que exemplos de boas práticas na representação das mulheres no desporto já observou nos media? O que podemos aprender com eles? (obrigatória)

Tabela 7. Participantes do Grupo Focal – Resumo de Perfis

Código	Género	Função Profissional / Afiliação	Experiência Relevante	Categoria de Inclusão
P1	Feminino	Consultora de comunicação, formadora, locutora de rádio (projetos de empoderamento feminino)	Formação em liderança e comunicação no desporto; trabalho com o Comité Olímpico	Profissional de comunicação social
P2	Masculino	Jornalista e antigo atleta de elite	Mais de 20 anos de experiência em jornalismo; especialista em gestão de projetos	Jornalista
P3	Feminino	Assessora de imprensa em federação desportiva; ex-jornalista em jornal nacional	Cobertura de múltiplas modalidades; trabalho editorial sobre atletas masculinos e femininos	Jornalista
P4	Feminino	Ex-olímpica, atualmente treinadora e licenciada em desporto	Atividade no treino de jovens; ex-	Atleta feminina

			atleta de alto rendimento	
P5	Feminino	Especialista em comunicação/marketing, dirigente de ONG, experiência em África e na Europa	Jornalismo, comunicação institucional e envolvimento comunitário	Profissional de comunicação social
P6	Feminino	Ex-olímpica (judo), gestora de projetos, especialista em igualdade de género	Desporto de alto nível + políticas de género e gestão de projetos	Atleta feminina
P7	Feminino	Olímpica, presidente de fundação nacional de desporto	Liderança institucional e advocacia pela igualdade de género no desporto	Parte interessada adicional (governança)
P8	Masculino	Professor universitário, investigador em desporto e moderador	Investigação e docência em gestão do desporto, género e estudos dos media	Parte interessada adicional (académico/investigador)
P9	Masculino	Olímpico, membro do staff do COI	Experiência no desporto de elite e função atual na governação desportiva internacional	Parte interessada adicional (COI/governança)

3. Análise Temática

A análise temática foi conduzida com o objetivo de identificar e interpretar padrões de significado (temas) emergentes da transcrição do grupo focal. Foi adotada a abordagem em seis fases proposta por Braun e Clarke (2006): (1) familiarização com os dados, (2) geração de códigos iniciais, (3) procura de temas, (4) revisão dos temas, (5) definição e nomeação dos temas e (6) produção do relatório.

Foi utilizada uma abordagem híbrida, que combinou a codificação indutiva das respostas dos participantes com uma orientação dedutiva baseada na literatura sobre representação de género nos meios de comunicação desportivos. As transcrições foram lidas várias vezes e codificadas manualmente para identificar conceitos, atitudes e sugestões recorrentes. Posteriormente, os códigos foram organizados em categorias mais amplas, com base em semelhanças semânticas e coerência conceptual.

Para garantir o rigor analítico, as categorias foram verificadas em relação a indicadores teóricos e revistas de forma a refletir a riqueza das contribuições dos participantes. Cada tema foi posteriormente estruturado em subtemas e ilustrado com citações codificadas de acordo com os identificadores dos participantes.



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



Table 8. Thematic analysis from Portugal

Categoria: Desigualdade na Cobertura Mediática		
Subcategorias	Análise temática	Participantes
Diferença na cobertura entre atletas masculinos e femininos	Há consenso entre os participantes de que existe desigualdade na cobertura mediática entre homens e mulheres, sendo os homens quem recebe mais atenção.	P9, P1, P7, P5
Cobertura centrada nas emoções e na aparência das mulheres	A cobertura das atletas femininas tende a focar-se na vida pessoal, aparência ou histórias de superação, em vez do desempenho desportivo.	P1, P7
Narrativas centradas na empatia e nas emoções	As narrativas jornalísticas procuram criar empatia com o público através da ênfase em aspetos pessoais e emocionais, não necessariamente na performance.	P3
Predominância do futebol e invisibilidade de outras modalidades	O futebol domina o espaço mediático, relegando outras modalidades para segundo plano. A cobertura desportiva geral é escassa e centrada quase exclusivamente nesta modalidade.	P9, P7
Diferenças entre modalidades coletivas e individuais	As modalidades coletivas (como o futebol) têm maior visibilidade mediática, mas, dentro destas, as mulheres têm menos destaque do que os homens.	P7, P5
Categoria: Estereótipos e Sexualização		
Subcategorias	Análise temática	Participantes
Estereótipos emocionais e feminização das atletas	Os media tendem a retratar as atletas femininas a partir de uma perspetiva emocional ou estética, em vez de valorizarem o desempenho técnico.	P2, P4
Utilização das redes sociais como espaço de resistência ou de reforço de estereótipos	As redes sociais permitem que as atletas tenham a sua própria voz, mas também incentivam a auto-sexualização como forma de obter visibilidade.	P9, P2
Falta de representações inspiradoras e de exemplos visíveis	A importância da representação é sublinhada. Existe uma escassez de figuras femininas mediáticas, excetuando casos de excelência como Telma Monteiro ou Rosa Mota.	P5
O desporto como reflexo da sociedade	As desigualdades no desporto são um reflexo de desigualdades sociais mais amplas, reforçando a importância da educação desde a infância como instrumento de transformação.	P6, P2, P7

Categoria: Falta de Foco no Desempenho		
Subcategorias	Análise temática	Participantes
Falta de visibilidade e de valorização das conquistas das mulheres	As conquistas das mulheres, especialmente em modalidades individuais e de combate, recebem pouca atenção ou são tratadas de forma superficial.	P4
Condições estruturais e número de praticantes como fator explicativo	A menor visibilidade das atletas femininas está também relacionada com o número reduzido de mulheres no alto rendimento e nos resultados de topo.	P7
Desigualdade na cobertura entre desempenho e aparência	O desempenho desportivo das mulheres é frequentemente ofuscado por questões relacionadas com a aparência ou com a vida pessoal.	P3, P5, P1
Contexto cultural e social enraizado	A prática desportiva é muitas vezes vista como um passatempo, e a desigualdade de género é reforçada por hábitos familiares e sociais profundamente enraizados, que necessitam de ser enfrentados através de exemplos positivos e da visibilidade de histórias reais.	P7
Categoria: Impacto nas carreiras das atletas		
Subcategorias	Análise temática	Participantes
Pressão para a auto-sexualização como forma de obter visibilidade ou rendimento financeiro	Algumas atletas recorrem à sexualização nas redes sociais para obter rendimento ou notoriedade, o que levanta questões éticas e estruturais.	P9, P2
Falta de reconhecimento e de oportunidades	A comunicação desigual impacta diretamente a visibilidade, o acesso a patrocínios e o empoderamento das futuras atletas. Casos como o aumento de praticantes após a medalha de Nuno Delgado contrastam com a menor repercussão das medalhas femininas.	P9, P5
Financiamento e sexualização como meio de sobrevivência	A falta de cobertura leva algumas atletas a sexualizar a sua imagem nas redes sociais para alcançar visibilidade e rendimento financeiro, o que reforça estereótipos.	P9, P2
Desafios acrescidos das atletas imigrantes e mães	As mulheres que são simultaneamente mães, imigrantes e atletas enfrentam múltiplos desafios que são pouco reconhecidos nos meios de comunicação.	P4
Categoria: Estereótipos sexistas e de género		
Subcategorias	Análise temática	Participantes

POWER

WOMEN ATHLETES IN SPORTS MEDIA

Sexualização implícita nas imagens e na linguagem	Fotografias, comentários e escolhas editoriais reforçam a sexualização da imagem feminina no desporto.	P2, P4, P3
Modelos de referência e exemplos para jovens atletas	A representação sexualizada pode levar jovens atletas a acreditar que esta é a única forma de alcançar visibilidade, influenciando negativamente os valores transmitidos.	P5
Influência das chefias editoriais masculinas	A predominância de homens nas redações e em cargos de gestão influencia a forma como os conteúdos são redigidos e selecionados.	P3
Categoria: Necessidade de Mudança		
Subcategorias	Análise temática	Participantes
Educação para a comunicação e capacitação	Necessidade de formação de atletas e jornalistas para uma comunicação consciente, equitativa e estratégica.	P6
Importância da visibilidade positiva	Propostas para uma maior cobertura mediática com foco em histórias inspiradoras e em formação em igualdade de género para jornalistas, promovendo empatia e rigor na abordagem.	P4
A importância da representação equilibrada nos media	Exemplos e recomendações sobre como promover a igualdade de género na narrativa jornalística, evitando estereótipos.	P7, P2, P9, P6
Exemplos de sucesso e mudança narrativa	Casos em que a representação positiva das mulheres no desporto levou a um aumento da prática e da visibilidade.	P9, P2
Importância da diversidade e do empoderamento feminino	Reflexões sobre a necessidade de mostrar diferentes percursos e de promover redes de apoio entre mulheres no desporto.	P6

Categoria 1: Desigualdade na Cobertura Mediática

Os participantes reconheceram amplamente que as atletas femininas continuam a receber uma cobertura mediática significativamente inferior à dos seus homólogos masculinos. Esta disparidade manifesta-se não apenas em termos de volume, mas também na qualidade da exposição, com o desporto feminino frequentemente relegado para plataformas secundárias ou reduzido a breves menções, focadas na vida pessoal, aparência ou histórias de superação, em detrimento do desempenho desportivo. As causas apontadas incluíram o maior interesse mediático no futebol, as expectativas do público e rotinas editoriais enraizadas.

Implicação: Este desequilíbrio perpetua a invisibilidade das atletas femininas e compromete a perceção pública da sua legitimidade e valor. Sem uma representação equitativa, as atletas permanecem em desvantagem na obtenção de reconhecimento, patrocínios e na capacidade de inspirar as futuras gerações.

Categoria 2: Estereótipos e Sexualização

Os participantes salientaram o uso persistente de estereótipos e representações sexualizadas na forma como as atletas são retratadas pelos media. Em vez de se focar nas competências ou nas conquistas, a cobertura tende a enfatizar a atratividade física, a feminilidade ou a emoção. Esta prática foi vista tanto como um reflexo das normas sociais como uma estratégia mediática deliberada para aumentar a atratividade.

Implicação: Este tipo de enquadramento reforça papéis de género e enfraquece a credibilidade desportiva. Limita ainda a forma como as atletas são percecionadas pelo público e pode desencorajar raparigas mais jovens de se identificarem com modelos desportivos fortes, enfraquecendo assim a equidade de género na participação e perceção do desporto.

Categoria 3: Falta de Foco no Desempenho

O grupo identificou um problema recorrente: as atletas femininas são frequentemente entrevistadas ou retratadas com base nas suas vidas pessoais, aparência ou experiências emocionais, em vez de se destacar o seu treino, conquistas ou estratégias competitivas. Este enfoque superficial foi considerado redutor e prejudicial.

Implicação: Quando os media não valorizam o desempenho desportivo, desvalorizam o contributo central das mulheres no desporto. Isso compromete os esforços para elevar as atletas femininas ao mesmo estatuto profissional dos homens e falha em promover o desporto como um espaço de igualdade e meritocracia.

Categoria 4: Impacto nas Carreiras das Atletas

Os participantes destacaram as consequências práticas da representação mediática limitada e enviesada: menos patrocínios, menos financiamento e menor envolvimento,

aumentando a necessidade de exposição que pode levar à tendência de sexualizar a imagem da atleta feminina. A visibilidade foi diretamente associada a oportunidades de progressão profissional.

Implicação: A má representação mediática afeta não apenas a percepção, mas também a trajetória de carreira e a estabilidade económica das atletas femininas. Corrigir este desequilíbrio é essencial para construir percursos sustentáveis para as mulheres no desporto, onde os media desempenham um papel central na legitimação do talento e do sucesso.

Categoria 5: Estereótipos Sexistas e de Género

A discussão revelou a normalização de estereótipos de género, como retratar as mulheres como emocionais, irracionais ou menos capazes. Estas representações são muitas vezes subtis, mas persistentes, tanto em formatos visuais como textuais, influenciando a opinião pública e reforçando o enviesamento sistémico e a sexualização da atleta feminina.

Implicação: Os media têm um papel poderoso na formação da percepção social. Desafiar estes estereótipos enraizados requer mudanças estruturais nas instituições mediáticas e uma melhor formação dos jornalistas, para que evitem conscientemente linguagem ou imagens enviesadas.

Categoria 6: Necessidade de Mudança na Representação

Houve um apelo comum à mudança, que passa por aumentar a presença de mulheres em cargos editoriais e por capacitar as atletas com ferramentas para uma autorrepresentação estratégica. Os participantes concordaram que são necessárias práticas transformadoras na comunicação, na educação e nas políticas públicas.

Implicação: Para que os media apoiem a equidade de género no desporto, é necessário evoluir tanto em mentalidades como em práticas. Criar novas narrativas que representem de forma justa as atletas não é apenas uma questão de justiça, mas também essencial para o crescimento futuro e a diversificação das audiências desportivas.

4. Análise da Nuvem de Palavras

Para complementar a análise temática, foi criada uma nuvem de palavras com base na frequência dos termos mencionados nas contribuições dos participantes no grupo focal. Foram excluídos nomes próprios, preposições e advérbios, de forma a considerar apenas palavras de conteúdo significativo. A lista final foi refinada para incluir apenas termos alinhados com as seis categorias temáticas estabelecidas no enquadramento analítico. Esta representação visual oferece uma visão intuitiva das principais ideias e preocupações discutidas, com os termos mais frequentemente mencionados a surgir em maior dimensão.

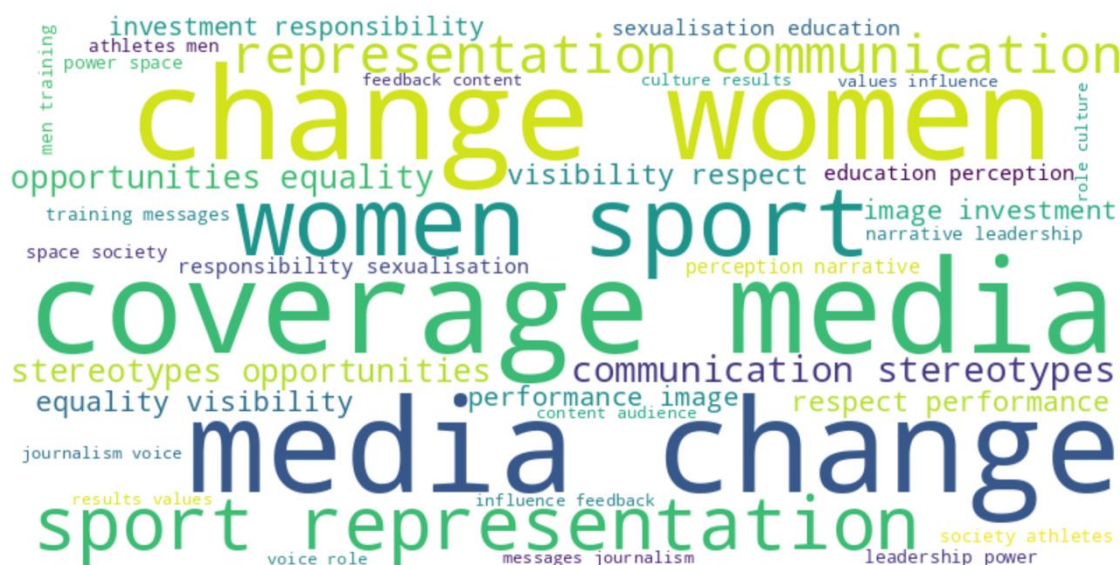


Figura 4. Nuvem de palavras da análise temática

Síntese dos resultados

A análise transversal realizada em Portugal revela uma clara e persistente sub-representação das atletas femininas nos meios de comunicação desportivos. Importa salientar que a recolha de dados ocorreu durante o período olímpico, contexto em que seria expectável um aumento da cobertura mediática do desporto feminino. No entanto, os resultados apontam em sentido contrário. Nos jornais, revistas online, redes sociais e noticiários televisivos, a presença das mulheres foi limitada, fragmentada e maioritariamente confinada a contextos de alto rendimento. Portugal tem uma forte tradição em várias modalidades individuais dominadas por mulheres, mas essa diversidade não se refletiu nos media. A presença dominante do futebol na agenda nacional de notícias desportivas parece agravar esta disparidade, frequentemente ofuscando outras modalidades e marginalizando ainda mais as atletas femininas.

Na amostra da imprensa escrita, apenas 24 das 62 edições incluíam qualquer menção a atletas femininas. Embora o tom da cobertura fosse, em geral, positivo e livre de linguagem sexista, a representação revelou-se estreita, focada quase exclusivamente em conquistas e talento, com poucas referências à liderança ou a narrativas pessoais. O enquadramento visual seguiu um padrão semelhante, com a maioria das imagens apresentadas em formatos pequenos e com pouca proeminência.

No caso das revistas desportivas online, apenas 7 das 31 edições analisadas incluíam referências a atletas femininas. Mais uma vez, a representação foi positiva, mas pouco frequente e com escassa profundidade temática. A cobertura concentrou-se sobretudo em modalidades

individuais e em contextos de base, com muito pouco investimento em narrativas mais amplas ou em visibilidade sustentada.

A análise das redes sociais centrou-se nas publicações das contas institucionais no X (antigo Twitter) do *Record* e do *Público*. Das 59 publicações analisadas, apenas 22 mencionavam atletas femininas. Estas publicações eram geralmente curtas, muitas vezes sem imagens, e focadas sobretudo em desempenhos ou conquistas. Embora seja notória a ausência de sexualização e de linguagem estereotipada, a baixa frequência e a limitada visibilidade visual levantam questões sobre as prioridades editoriais e as estratégias de envolvimento digital.

A cobertura televisiva apresentou o exemplo mais evidente de marginalização. Entre os 39 episódios analisados, apenas cinco incluíam referências a atletas femininas. O tempo total de antena dedicado às mulheres foi de apenas 7 minutos. Embora o tom fosse positivo e orientado para a performance, o foco temático reduzido e a falta de continuidade revelam a ausência de uma estratégia editorial consistente de promoção da equidade de género nas notícias desportivas.

Por fim, as discussões em grupos focais reforçaram os padrões observados nos diferentes formatos. Os participantes identificaram barreiras estruturais, como rotinas editoriais centradas no futebol masculino, ausência de desenvolvimento profissional dos jornalistas em reportagens sensíveis ao género e inexistência de incentivos regulatórios ou institucionais que promovam uma representação equilibrada. Foi ainda sublinhado o impacto a longo prazo da sub-representação nas carreiras, visibilidade e acesso das atletas femininas ao patrocínio.

É essencial reconhecer que algumas amostras foram pequenas, o que limita a possibilidade de retirar conclusões gerais. Contudo, a consistência dos resultados em diferentes formatos, plataformas e tipos de conteúdo aponta para uma questão estrutural no panorama mediático português. O reconhecimento sem uma visibilidade regular, diversa e significativa continua a reforçar a marginalização simbólica. Combater o desequilíbrio de género nos media desportivos exige, portanto, não apenas a eliminação de estereótipos, mas, sobretudo, a integração das atletas femininas na agenda noticiosa quotidiana de forma sustentada e estratégica.



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.