

PROGRAMA DE FORMAÇÃO SOBRE A REPRESENTAÇÃO JUSTA DAS ATLETAS NOS MEDIA DESPORTIVOS

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

ERASMUS-SPORT-2023-SCP

Grant Agreement No: 101185115

(Type: Document, Public)

June 2026

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO.....	02
2. ORIENTAÇÕES PARA FORMADORES.....	04
3. MÓDULO 1: Visibilidade e Consistência.....	12
4. MÓDULO 2: Diversidade Narrativa.....	28
5. MÓDULO 3: Equilíbrio Estrutural nos Media Desportivos.....	50
6. MÓDULO 4: Representação Visual nos Media Desportivos.....	66
7. MÓDULO 5: Governança e Responsabilidade.....	84



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



INTRODUÇÃO

O Programa de Formação sobre a Representação Justa das Atletas nos Media Desportivos foi desenvolvido no âmbito do Projeto “POWER - The portrayal of women athletes in sports media” (Erasmus Sport 2024, 101185115), com o objetivo de apoiar práticas mais inclusivas, equilibradas e sensíveis ao género na comunicação e no jornalismo desportivo. O programa responde às desigualdades persistentes na representação das mulheres nos media desportivos e visa reforçar as capacidades dos profissionais dos media, jornalistas, criadores de conteúdos, técnicos de comunicação de organizações desportivas e estudantes de jornalismo para avaliarem criticamente e melhorarem os conteúdos mediáticos e as práticas de comunicação.

Apesar da crescente visibilidade do desporto feminino nos últimos anos, continuam a existir lacunas significativas de género nos ecossistemas dos media deportivos. As atletas continuam sub-representadas na cobertura mediática, enquanto a representação existente é frequentemente moldada por estereótipos, narrativas enviesadas, visibilidade desigual e um foco desproporcional na aparência, na vida pessoal ou no enquadramento emocional, em vez do desempenho desportivo e das conquistas profissionais. Em muitos casos, as prioridades editoriais, as pressões comerciais e as práticas institucionais reforçam ainda mais as desigualdades estruturais e limitam uma representação diversa e justa.

O projeto POWER identificou estes desafios através de uma investigação extensa e do envolvimento de partes interessadas realizados nas fases anteriores do projeto. Os resultados destacaram várias áreas-chave que exigem intervenção, incluindo a visibilidade e consistência da cobertura, a diversidade narrativa, o equilíbrio estrutural nos sistemas mediáticos, as práticas de representação visual e os mecanismos de governança e responsabilidade nas organizações mediáticas. Estes resultados constituíram a base para o desenvolvimento da **Estratégia e Orientações POWER**, que fornecem recomendações práticas para promover a igualdade de género nos media desportivos.

Com base direta nestes resultados, o presente Programa de Formação traduz as conclusões da investigação do projeto e as recomendações estratégicas num formato de aprendizagem prático e orientado para competências. O programa combina conhecimento teórico com metodologias de educação experiencial e não formal, incentivando os participantes não só a refletirem criticamente sobre as práticas mediáticas existentes, mas também a desenvolverem competências profissionais concretas aplicáveis no seu trabalho diário.

O formato da formação está estruturado como um curso modular composto por cinco módulos temáticos:

1. Visibilidade e Consistência



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



2. **Diversidade Narrativa**
3. **Equilíbrio Estrutural**
4. **Representação Visual**
5. **Governança e Responsabilidade**

Cada módulo aborda uma dimensão específica da representação de género nos media desportivos e combina conteúdos teóricos com atividades de aprendizagem interativas, exercícios práticos, casos de estudo, tarefas de reflexão e abordagens de educação não formal. O programa segue uma metodologia centrada no formando, que promove a participação ativa, a aprendizagem entre pares, o pensamento crítico e a resolução colaborativa de problemas.

O objetivo geral do programa de formação é dotar os participantes dos conhecimentos, ferramentas práticas e consciência crítica necessários para contribuir para ambientes de media desportivos mais éticos, inclusivos e equilibrados. Mais especificamente, o programa visa:

- reforçar a compreensão do viés estrutural de género nos media desportivos;
- melhorar a capacidade dos participantes para analisar criticamente conteúdos mediáticos a partir de uma perspetiva de género;
- apoiar o desenvolvimento de práticas inclusivas de comunicação, reportagem e narrativa;
- incentivar a utilização de abordagens sensíveis ao género e baseadas em evidências no jornalismo e na comunicação desportiva;
- promover a responsabilidade institucional e a responsabilidade na promoção da igualdade de género nas organizações mediáticas.

O programa foi concebido como um curso flexível de aprendizagem mista com 15 a 20 horas, combinando elementos de aprendizagem presencial e online. É intencionalmente orientado para a prática e adaptável a diferentes contextos nacionais e perfis profissionais. É dado especial destaque ao envolvimento dos participantes através de workshops, simulações, discussões e aprendizagem baseada em casos de estudo, garantindo que os participantes possam aplicar diretamente as competências adquiridas em contextos profissionais reais.

Além de apoiar o desenvolvimento de capacidades individuais, o programa de formação visa contribuir para uma mudança sistémica mais ampla, incentivando profissionais e organizações dos media a adotarem práticas de comunicação mais responsáveis, diversas e com igualdade de género nos media desportivos.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



ORIENTAÇÕES PARA FORMADORES

Estas orientações foram desenvolvidas para apoiar os formadores responsáveis pela implementação do Programa de Formação POWER sobre a Representação Justa das Atletas nos Media Desportivos. O seu objetivo é garantir uma implementação coerente, inclusiva, participativa e de elevada qualidade da formação em diferentes países e ambientes de aprendizagem.

O programa de formação aborda temas que estão intimamente ligados a crenças pessoais, práticas profissionais, culturas institucionais e normas sociais. Por este motivo, os formadores desempenham um papel central não só na transmissão de conhecimento, mas também na facilitação da reflexão crítica, do diálogo e da interação segura entre os participantes. Os formadores são incentivados a abordar as sessões como facilitadores da aprendizagem, e não como oradores tradicionais.

As orientações abaixo visam ajudar os formadores a criar um ambiente de aprendizagem envolvente que apoie a participação, a abertura, o respeito mútuo e a aplicação prática do conhecimento.

I. Princípios Fundamentais para a Implementação da Formação

1. Garantir um Ambiente de Aprendizagem Seguro e Respeitador

A representação de género e a discriminação podem ser temas sensíveis e, por vezes, polarizadores. Os participantes podem ter diferentes contextos profissionais, culturais ou pessoais e diferentes níveis de consciencialização relativamente às questões de igualdade de género.

No início da formação, os formadores devem estabelecer acordos de grupo claros relativamente à comunicação respeitosa, escuta ativa, confidencialidade e participação construtiva. Os participantes devem sentir-se confortáveis para expressar opiniões, colocar questões e refletir criticamente sem receio de julgamento ou ridicularização.

Os formadores devem:

- incentivar o desacordo e a discussão respeitosos;
- evitar abordagens confrontacionais ou acusatórias;
- abordar comentários discriminatórios ou inadequados de forma calma e construtiva;
- garantir oportunidades iguais de participação oral dentro do grupo;
- manter-se neutros e assumir um papel facilitador durante os debates.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



O objetivo não é envergonhar os participantes pelas práticas ou opiniões existentes, mas sim apoiar a reflexão, a consciencialização e o crescimento profissional.

2. Aplicar uma Abordagem Participativa e Centrada no Formando

O programa de formação foi concebido com base na participação ativa e na aprendizagem experiencial. Os formadores devem minimizar exposições longas em formato de palestra e dar prioridade à interação, à discussão, à aprendizagem colaborativa e à aplicação prática.

Os participantes devem ser tratados como profissionais que já possuem experiência e conhecimento valiosos. As atividades de formação devem criar oportunidades para que os participantes relacionem os conceitos do projeto com as suas próprias realidades e desafios profissionais.

Sempre que possível, os formadores devem:

- incentivar os participantes a partilhar exemplos dos seus próprios contextos mediáticos ou de comunicação;
- utilizar perguntas de reflexão e discussões orientadas;
- facilitar a aprendizagem entre pares;
- integrar exercícios práticos e análise de casos reais;
- adaptar os métodos de facilitação de acordo com os perfis e níveis de envolvimento dos participantes.

O equilíbrio recomendado é aproximadamente:

- 30–40% de conteúdos teóricos;
- 60–70% de atividades de aprendizagem interativas e práticas.

3. Promover a Inclusão e a Acessibilidade

Os formadores devem garantir que o ambiente de formação e o estilo de comunicação são inclusivos e acessíveis a todos os participantes.

Isto inclui:

- utilizar linguagem inclusiva e não discriminatória em termos de género;
- evitar pressupostos com base no género, nacionalidade, profissão, idade ou contexto;
- garantir que os exemplos e casos de estudo refletem diversidade;



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



- adaptar os estilos de comunicação ao trabalhar com participantes com diferentes níveis de experiência ou proficiência linguística;
- incentivar a participação de participantes mais reservados ou menos confiantes.

Se forem utilizados formatos de aprendizagem online ou mistos, os formadores devem também garantir a acessibilidade digital e fornecer instruções claras para a participação.

II. Orientações Práticas de Facilitação

1. Iniciar Cada Módulo com Contexto e Relevância

No início de cada módulo, os formadores devem explicar claramente:

- os objetivos da sessão;
- os resultados de aprendizagem esperados;
- a relevância do tema para a prática profissional;
- como o módulo se relaciona com os resultados mais amplos do projeto POWER e com a Estratégia e Orientações.

Os participantes envolvem-se de forma mais ativa quando compreendem a relevância prática do tema para o seu trabalho diário.

2. Utilizar Exemplos Reais e Relevantes

A formação deve manter uma ligação forte às práticas mediáticas reais e aos ambientes contemporâneos de comunicação desportiva.

Sempre que possível, os formadores devem utilizar:

- títulos mediáticos reais;
- artigos desportivos;
- publicações nas redes sociais;
- entrevistas;
- fotografias e campanhas visuais;
- vídeos curtos;
- exemplos de contextos mediáticos nacionais.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



A utilização de exemplos autênticos ajuda os participantes a reconhecer melhor padrões de viés, estereotipagem e representação desigual.

Ao mesmo tempo, os formadores devem evitar recorrer apenas a exemplos extremos ou obviamente problemáticos. Exemplos subtis e mainstream são frequentemente mais úteis para a análise crítica, porque refletem práticas mediáticas do dia a dia.

3. Facilitar a Reflexão em vez de Dar “Respostas Certas”

Muitos participantes podem esperar recomendações diretas ou respostas “certas/erradas”. No entanto, o objetivo da formação é reforçar o pensamento crítico e a consciência profissional.

Por isso, os formadores devem:

- colocar perguntas abertas;
- incentivar os participantes a analisar porque existem determinadas representações;
- explorar fatores estruturais e institucionais que influenciam as práticas mediáticas;
- apoiar os participantes na identificação de alternativas e melhorias práticas.

A reflexão é frequentemente mais valiosa do que uma simples explicação teórica.

Exemplos de perguntas úteis para facilitação incluem:

- “Que mensagem comunica esta imagem/artigo?”
- “Que perspetiva está ausente aqui?”
- “Esta representação seria diferente se o atleta fosse homem?”
- “Que escolhas editoriais podem ter influenciado este resultado?”
- “Como poderia este conteúdo ser reenquadrado de forma mais inclusiva?”

4. Incentivar uma Participação Equilibrada

Em grupos mistos, alguns participantes podem dominar as discussões, enquanto outros permanecem passivos. Os formadores devem gerir ativamente as dinâmicas de participação.

Estratégias úteis incluem:

- trabalhar em grupos mais pequenos;
- rodar porta-vozes;
- utilizar reflexão escrita antes da discussão aberta;
- convidar diretamente os participantes mais reservados a contribuir;
- definir limites de tempo durante as discussões.



Co-funded by
the European Union



Deve ser dada atenção especial à prevenção de situações em que determinados participantes sejam colocados na posição de “representantes” de um género ou grupo específico.

III. Orientações para Gerir Situações Sensíveis

1. Responder de Forma Construtiva à Resistência ou a Reações Defensivas

Alguns participantes podem, inicialmente, questionar a relevância da igualdade de género nos media desportivos ou percecionar o tema como ideológico ou exagerado. Os formadores devem evitar entrar em debates confrontacionais.

Em vez disso, os formadores devem:

- reconhecer respeitosamente diferentes perspetivas;
- redirecionar as discussões para evidências e padrões profissionais;
- utilizar resultados de investigação e exemplos concretos;
- incentivar uma discussão analítica, em vez de emocional;
- focar-se na qualidade dos media, na ética, na justiça e na responsabilidade profissional.

O objetivo é manter um envolvimento construtivo, e não “ganhar” discussões.

2. Abordar Estereótipos de Forma Cuidadosa e Crítica

As discussões sobre estereótipos podem, involuntariamente, reforçar narrativas prejudiciais se não forem facilitadas cuidadosamente.

Ao analisar exemplos problemáticos, os formadores devem:

- contextualizar claramente porque é que certas representações são problemáticas;
- evitar reproduzir linguagem discriminatória desnecessariamente;
- incentivar os participantes a desconstruir criticamente os estereótipos, em vez de apenas os identificar;
- relacionar os estereótipos com padrões estruturais mais amplos nos media desportivos.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



3. Estar Preparado para Reações Emocionais

Certos temas ou exemplos podem desencadear frustração, desconforto ou experiências pessoais entre os participantes. Os formadores devem manter-se atentos às dinâmicas do grupo e às respostas emocionais.

Se surgirem tensões:

- reconhecer a discussão de forma respeitosa;
- dar espaço para reflexão;
- redirecionar a conversa para uma análise construtiva;
- evitar intensificar o conflito ou expor participantes individualmente.

Manter a segurança psicológica é essencial para uma aprendizagem produtiva.

IV. Recomendações Metodológicas

1. Combinar Diferentes Métodos de Aprendizagem

Para manter o envolvimento e acomodar diferentes estilos de aprendizagem, os formadores devem combinar:

- apresentações curtas;
- discussões facilitadas;
- trabalho de grupo;
- análise de casos de estudo;
- role play e simulações;
- exercícios de reflexão;
- tarefas práticas de análise mediática;
- atividades de feedback entre pares.

Devem ser evitadas, sempre que possível, explicações teóricas longas sem interação.

2. Priorizar a Aplicação Prática

O programa destina-se a apoiar a prática profissional. Por isso, os formadores devem relacionar de forma consistente os conceitos com situações reais de trabalho e incentivar os participantes a identificar formas concretas de aplicar os resultados de aprendizagem nos seus próprios contextos.

Sempre que possível, os participantes devem sair da formação com:



Co-funded by
the European Union



- ferramentas práticas;
- ideias acionáveis;
- pontos de reflexão para as suas organizações;
- melhorias concretas que possam aplicar no seu trabalho mediático ou de comunicação.

3. Adaptar a Formação ao Contexto do Grupo

O formato da formação deve manter-se flexível. Os formadores são incentivados a adaptar atividades, exemplos e a profundidade da discussão de acordo com:

- os perfis profissionais dos participantes;
- os conhecimentos prévios;
- as realidades mediáticas nacionais;
- a disponibilidade de tempo;
- a dimensão e as dinâmicas do grupo.

No entanto, os objetivos e princípios fundamentais de aprendizagem do projeto POWER devem manter-se consistentes em todas as implementações da formação.

V. Recomendações para Aprendizagem Online e Mista

Ao implementar atividades de aprendizagem online ou mista, os formadores devem:

- fornecer instruções técnicas claras com antecedência;
- utilizar ferramentas digitais interativas quando adequado;
- manter sessões mais curtas e dinâmicas;
- incluir momentos regulares de interação e discussão;
- garantir que os participantes permanecem ativamente envolvidos ao longo da sessão.

As sessões online devem evitar a escuta passiva excessiva, uma vez que o envolvimento dos participantes diminui significativamente em formatos digitais totalmente baseados em palestra.

VI. Considerações Éticas e Profissionais

Espera-se que os formadores:

- utilizem informação fiável e baseada em evidências;
- respeitem os direitos de autor e a atribuição de fontes ao utilizar materiais mediáticos;
- evitem enquadramentos político-partidários;



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



- mantenham neutralidade profissional durante as discussões;
- modelem práticas de comunicação inclusivas ao longo de toda a formação.

Os formadores devem também estar conscientes de que eles próprios podem ter vieses inconscientes. Por isso, a autorreflexão contínua e a abertura ao feedback são partes importantes do processo de facilitação.

Nota Final para os Formadores

O Programa de Formação POWER não pretende simplesmente fornecer informação sobre igualdade de género nos media desportivos. O seu objetivo mais amplo é incentivar a consciência crítica, a responsabilidade profissional e a mudança comportamental a longo prazo nos ambientes mediáticos e de comunicação desportiva.

Por este motivo, a qualidade da facilitação, da participação e da reflexão é tão importante como o próprio conteúdo da formação. Os formadores são incentivados a abordar o processo com flexibilidade, empatia, abertura e um forte foco na relevância prática e na aprendizagem colaborativa.

Referências

- Council of Europe (2013). *Recommendation CM/Rec(2013)1 of the Committee of Ministers to Member States on Gender Equality and Media*. Strasbourg: Council of Europe.
- European Commission (2022). *Towards more gender equality in sport: Recommendations and action plan from the High-Level Group on Gender Equality in Sport*.
- European Broadcasting Union (2021). *Reimagining Sport: Pathways to Gender-Balanced Media Coverage*.
- International Olympic Committee (IOC) (2024). *Portrayal of women in sport media guidelines*. Lausanne: IOC.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Knowles, M. S., Holton, E. F., & Swanson, R. A. (2015). *The Adult Learner: The Definitive Classic in Adult Education and Human Resource Development*. London: Routledge.
- POWER Project (2026). *POWER Strategy & Guidelines for the Fair Portrayal of Women Athletes in Sports Media*.
- UNESCO (2012). *Gender-Sensitive Indicators for Media: Framework of Indicators to Gauge Gender Sensitivity in Media Operations and Content*. Paris: UNESCO.



Co-funded by
the European Union



MÓDULO 1: Visibilidade e Consistência

Introdução

O Módulo de Visibilidade e Consistência aborda uma das lacunas mais críticas identificadas nos media desportivos atuais. A investigação demonstra que a cobertura mediática é frequentemente irregular e orientada por eventos, atingindo o seu pico durante grandes competições, como os Jogos Olímpicos, antes de desaparecer durante longos períodos de tempo. Esta cobertura esporádica das atletas impede que o público desenvolva familiaridade com atletas e equipas, e reduz a visibilidade e as potenciais oportunidades de patrocínio. Promover uma representação justa através de uma visibilidade consistente é essencial porque desafia estereótipos, oferece modelos de referência para raparigas e mulheres jovens e cria oportunidades económicas para atletas e organizações desportivas.

Objetivos de Aprendizagem

1. **Compreender o Viés Estrutural:** Compreender a natureza estrutural do viés de género nos media desportivos e o seu impacto direto na visibilidade, nas narrativas e na representação global.
2. **Identificar Padrões Mediáticos:** Reconhecer e analisar padrões de visibilidade e sub-representação das mulheres nos media desportivos, com foco específico na frequência, no enquadramento e no contexto da cobertura mediática.
3. **Reconhecer Lacunas de Representação:** Identificar as principais lacunas de dados destacadas pelo projeto POWER, incluindo a falta de cobertura de modalidades menos publicitadas, e compreender as suas implicações mais amplas para a prática mediática diária.
4. **Avaliar Criticamente Escolhas Editoriais:** Avaliar criticamente os processos de tomada de decisão editorial para identificar vieses implícitos e reconhecer ativamente onde falta representação.
5. **Aplicar Boas Práticas:** Traduzir estes conhecimentos em estratégias acionáveis para promover um jornalismo desportivo mais inclusivo, equilibrado e diverso.

Exercício/Método de Formação



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



(In)visibilidade de Verão	
Resultados da Aprendizagem	- Compreensão das implicações para a prática mediática - Consciencialização sobre o seu impacto na visibilidade, nas narrativas e na representação - Consciência crítica dos padrões sistémicos que moldam a representação mediática das atletas - Capacidade de construir fluxos de trabalho mediáticos que equilibrem a cobertura entre jogos amigáveis de pré-época masculinos e competições europeias oficiais femininas de nível 2/3. - Os formandos irão adquirir consciência estratégica sobre como o posicionamento consistente no calendário durante os meses “mortos” de verão tem impacto direto no patrocínio corporativo a longo prazo. - Compreensão de como transformar um “pico de entusiasmo” temporário (por exemplo, uma medalha olímpica ou europeia) numa narrativa sustentável ao longo de vários meses.
Período temporal	O período temporal deve ser de 60 minutos no total. A análise pode ter 15 minutos, a atividade interativa 30 minutos e a reflexão final em equipa 15 minutos.
Materiais	O Painel Editorial de Verão de 2026: um calendário visual que mapeia julho, agosto e setembro de 2026, mostrando eventos masculinos e femininos sobrepostos (opcional). Fichas de trabalho e marcadores: papel de flipchart grande (ou folhas A3) e marcadores para cada equipa escrever e apresentar visualmente o seu calendário de conteúdos de 3 meses e o fluxo de trabalho para dias de jogo. Papel de flipchart e marcadores (um conjunto por equipa): folhas grandes em branco e marcadores coloridos. As equipas podem utilizá-los para desenhar fisicamente ou escrever as suas soluções (ou seja, desenhar uma linha temporal para o calendário de 3 meses da pista, ou esboçar como irão dividir a homepage do website para o jogo de futebol).

Descrição passo a passo

O formador destaca “O Paradoxo Mediático de Verão”. Entre julho e setembro, os media desportivos mainstream sofrem de uma “zona morta”, na qual repetem continuamente rumores de transferências não verificadas sobre o futebol masculino. Ao mesmo tempo, atletas de elite estão a competir em qualificações oficiais europeias e mundiais (por exemplo, Liga dos Campeões Feminino UEFA, Liga Diamante), com visibilidade próxima de zero. O formador apresenta o custo profissional: esta inconsistência estrutural quebra o pipeline comercial do desporto feminino mesmo antes do início da época de inverno.

Dividir os participantes em pequenas equipas. Apresentar os dois cenários abaixo. Para cada cenário, as equipas têm 10 minutos para fazer brainstorming e 5 minutos para apresentar a sua solução ao grupo.

Cenário 1: A Pista de Agosto

(Foco do Cenário: Manter uma atleta visível após uma grande vitória)

A Situação: Estamos no final de agosto de 2026. Uma atleta de pista ganha uma medalha de ouro no Campeonato Europeu de Atletismo, em Birmingham. O tráfego do vosso website desportivo dispara, toda a gente está a clicar na história dela.

O Problema: O Campeonato termina e setembro começa. A atleta continua a competir nos circuitos de elite da Liga Diamante, mas a vossa redação normalmente deixa de cobrir atletismo assim que a grande cerimónia de medalhas termina. A sua visibilidade cai para zero.

O Desafio da Equipa (15 minutos):

Têm neste momento uma audiência viral. Escrevam um **plano editorial de 3 meses** (setembro a novembro) para manter esta atleta visível na vossa plataforma. Que conteúdos semanais, formatos de vídeo ou séries nas redes sociais irão criar para que a sua audiência, e os seus patrocinadores, não desapareçam no momento em que o campeonato termina?

Cenário 2: O Paradoxo do Futebol em Julho-Agosto

(Foco do Cenário: Equilibrar recursos entre jogos amigáveis masculinos e jogos oficiais femininos)



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



	A Situação: É terça-feira à noite, em agosto de 2026. A equipa masculina de futebol de um grande clube está a disputar um jogo amigável de pré-época. Exatamente ao mesmo tempo, a equipa feminina de futebol do mesmo clube está a disputar um jogo oficial de qualificação para a Liga dos Campeões Feminino UEFA, de elevada importância. O Problema: A vossa redação tem recursos humanos limitados no turno de verão. Hábitos antigos fazem com que os editores queiram enviar todos os repórteres disponíveis para cobrir o jogo amigável masculino porque “o futebol masculino gera mais cliques.” O Desafio da Equipa (15 minutos): A vossa redação não pode contratar novos profissionais. Como reorganizam as ferramentas digitais e a equipa atual para que o jogo oficial europeu feminino tenha visibilidade igual na homepage e nas redes sociais? (Sugestões: utilização de feeds automáticos de resultados em direto para o jogo amigável masculino, atualizações em formato split-screen nas redes sociais ou notificações push alternadas para telemóvel).
Debriefing e avaliação	O formador reúne o grupo para discutir: Porque é que, naturalmente, dedicamos muitos recursos a jogos de exibição masculinos de baixo impacto, mas ignoramos jogos oficiais europeus femininos de elevada importância? Trata-se de uma procura real dos adeptos ou apenas de um hábito antigo da redação? Se uma grande marca quisesse patrocinar uma equipa feminina durante todo o ano, de que forma o nosso “apagão” mediático durante os meses de julho a setembro prejudica o investimento desse patrocinador? Medição do Sucesso: Os participantes têm sucesso se apresentarem ações concretas para a redação (por exemplo, “Vamos utilizar dados automáticos para o amigável e enviar o nosso repórter em direto para o jogo feminino”), em vez de apenas dizerem “devemos cobrir ambos.”

**Recomendações
(se aplicável)**

Aplicar a restrição de “Orçamento Zero”

Os profissionais dos media podem tentar resolver o problema dizendo: “Contrataríamos simplesmente um repórter freelancer para cobrir o jogo feminino.” Isto deve ser estritamente proibido. Obrigue-os a trabalhar exatamente com a equipa que já têm. A essência deste exercício acontece quando são obrigados a automatizar um jogo amigável masculino de pré-época através de feeds de dados em direto, para libertar um repórter real para cobrir o jogo competitivo feminino.

Focar fortemente no “Gancho do Patrocínio” durante o Debriefing

Lembre os formandos de que o jornalismo desportivo está ligado ao negócio do desporto. Se um meio de comunicação deixar de cobrir uma atleta durante os três meses de verão, destrói o seu valor comercial. Um patrocinador não compra um pico olímpico de 2 semanas; compra uma relação de 365 dias com uma base de adeptos. Se as plataformas mediáticas criarem um apagão de 3 meses, estão ativamente a fazer perder dinheiro ao desporto e ao seu próprio espaço publicitário.

Localização para os 6 Países

Para tornar esta formação altamente relevante na Grécia, Espanha, Bulgária e em todos os outros países parceiros, diga aos formadores locais para utilizarem os nomes de **clubes e de atletas femininas locais reais** que irão efetivamente competir no Verão de 2026. Por exemplo:

Na Grécia, utilizar uma equipa feminina de futebol de um clube local de destaque e uma verdadeira estrela grega do atletismo (como Antigoni Ntrismpioti ou Elina Tzengko).



Co-funded by
the European Union



Unión Federativa
Esportiva de Catalunya



Mulheres e cobertura desportiva	
Resultados da Aprendizagem	- Conceber Layouts Mediáticos Inclusivos: Criar e implementar estruturas para a cobertura desportiva, tais como espaços recorrentes dedicados ao desporto feminino, colunas ou segmentos de transmissão. - Aplicar Planeamento Baseado em Dados: Traduzir conhecimentos sobre o viés estrutural de género em fluxos de trabalho acionáveis, definindo e monitorizando metas semanais de visibilidade e conteúdos para o desporto feminino. - Construir Pipelines Estratégicos de Conteúdo: Estabelecer parcerias ativas com federações e clubes desportivos para garantir um pipeline consistente de histórias diversas, com forte foco em modalidades menos publicitadas. - Produzir Conteúdos Multimédia Multiplataforma: Desenvolver e implementar recursos visuais impactantes e narrativas centradas nas atletas, adaptadas a plataformas impressas, digitais e de redes sociais. - Auditar Práticas de Representação: Avaliar criticamente os conteúdos atuais dos media desportivos para identificar as lacunas específicas e os desafios de representação destacados pelo projeto POWER.
Resumo do Caso de Estudo	A investigação realizada no âmbito do projeto POWER demonstrou que existe uma grande “Lacuna de Visibilidade” relativamente à representação e visibilidade das atletas em jornais e websites desportivos. De acordo com os dados, apenas 2,7% dos temas dos conteúdos se focam no desporto feminino e nas atletas. Este caso de estudo irá demonstrar e desafiar esta realidade, exigindo que os participantes auditem primeiras páginas locais reais publicadas até um mês antes e identifiquem histórias sobre desporto feminino que foram ignoradas ou relegadas para colunas mais pequenas.
Período temporal	O período temporal deve ser de 60 minutos no total. A análise do caso de estudo pode ter 10 minutos, a edição prática 35 minutos e a apresentação final em equipa 15 minutos.



Co-funded by
the European Union



União Federação
Esportiva de Caboverde



Materiais	Para uma sessão baseada em imprensa escrita, o formador fornecerá jornais desportivos locais físicos publicados no último mês, juntamente com um conjunto de marcadores vermelhos e verdes. Em alternativa, para uma sessão digital, os participantes precisarão de computadores portáteis, tablets ou smartphones para auditar as homepages online em tempo real dos três principais meios desportivos nacionais do seu país, tais como Gazzetta.gr na Grécia ou Marca.com em Espanha. É necessário um Registo de Visibilidade Mediática em papel, fornecido pelo formador, para que as equipas possam monitorizar os layouts e redigir os seus novos títulos.
Descrição passo a passo	Os participantes começam por trabalhar em pequenos grupos de três a quatro pessoas para analisar o layout mediático que lhes foi atribuído. Ao trabalhar com a imprensa física, as equipas utilizam marcadores vermelhos para assinalar quaisquer menções a atletas, calcular o “Espaço em Branco” da sub-representação, e utilizam marcadores verdes para identificar e riscar conteúdos masculinos de baixo valor, como rumores de transferências. Para o caso de estudo online em tempo real, as equipas não utilizam marcadores coloridos e, em vez disso usam o Registo de Visibilidade Mediática em papel para listar os rumores masculinos em destaque que ocupam atualmente espaço digital de maior visibilidade, antes de pesquisarem na internet, em tempo real, três histórias reais de desporto feminino dessa semana como substituições diretas. Para concluir o exercício, todos os grupos devem “reeditar” o seu layout, redigindo títulos profissionais e centrados no desempenho para as histórias femininas escolhidas, focando-se estritamente nas competências desportivas e nas táticas, em vez da vida pessoal ou de reações emocionais.
Perguntas orientadoras	Quantas histórias masculinas de “não-notícias” (rumores, publicações nas redes sociais) tiveram prioridade sobre resultados reais de competições femininas? Se fornecemos apenas 2,7% de cobertura, como podemos esperar que o público aprenda os nomes das jogadoras da Seleção Nacional Feminina de Futebol? A falta de cobertura deve-se a uma “falta de conquistas” ou a uma preferência editorial estrutural por desportos coletivos dominados por homens?



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



Debriefing e avaliação	O grupo irá refletir sobre como se sentiu ao “apagar” uma história dominada por homens para dar espaço à conquista de uma mulher. Que questões técnicas a equipa enfrentou, se existiram? Tiveram dificuldade em encontrar os detalhes técnicos dos jogos femininos? Relativamente à avaliação, os formadores podem perguntar se os novos títulos se focam na competência e no profissionalismo, em vez da vida pessoal. O resultado de aprendizagem é alcançado se os participantes reconhecerem a visibilidade como uma escolha estratégica, e não como um reflexo passivo daquilo “que vende.”
Recomendações	Enfatizar que "consistência é igualdade" , colocar uma história na primeira página é uma escolha editorial estratégica.

Materiais de Apoio e Handouts

MATERIAL DE FORMAÇÃO SUPLEMENTAR (TOOLKIT DO FORMADOR)

MÓDULO 1: Visibilidade e Consistência

Este toolkit fornece os componentes autónomos em falta necessários para a implementação prática do programa de formação. Serve como uma extensão direta e funcional do ficheiro principal.

(In)visibilidade de Verão (Exemplo para Formadores)

Os formadores devem preencher isto 10 minutos antes da sessão, para não terem de procurar exemplos à pressa durante a formação. Forneça-lhes este modelo de cábula:

País	Cenário 1: Estrela Local do Atletismo e Modalidade	Cenário 2: Grande Clube de Futebol Local	Competição Real Feminina Correspondente
Grécia	Antigoni Ntrismpioti (Marcha Atlética) ou Elina Tzengko (Lançamento do Dardo)	Panathinaikos, Olympiacos, ou PAOK	Qualificatórias da UEFA Women's Champions League (UWCL)



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



País	Cenário 1: Estrela Local do Atletismo e Modalidade	Cenário 2: Grande Clube de Futebol Local	Competição Real Feminina Correspondente
Espanha	A preencher por formador (e.g., María Pérez)	Real Madrid or FC Barcelona	Qualificatórias da UWCL / Ação da Liga F
Bulgária	A preencher por formador (e.g., Plamena Mitkova)	Ludogorets or CSKA Sofia	Qualificatórias da UWCL / Liga Nacional
Portugal	Auriol Dongmo (Lançamento do Peso) or Patrícia Mamona (Triplo Salto)	SL Benfica or Sporting CP	Qualificatórias da UWCL / Campeonato Nacional Feminino
Hungria	Luca Kozák (100 m Barreiras) or Petra Farkas (Salto em Comprimento)	Ferencváros (FTC) or MTK Budapest	Qualificatórias da UWCL / Női NB I
Itália	Antonella Palmisano (Marcha Atlética) or Larissa Iapichino (Salto em Comprimento)	Juventus, AS Roma, or AC Milan	Qualificatórias da UWCL / Serie A Femminile

A Cábula Técnica de “Orçamento Zero”

Durante o bloco interativo de 30 minutos, os formandos podem afirmar que “não têm os recursos” para cobrir ambos os jogos de futebol. Entregue aos seus formadores esta cábula técnica para que possam contrariar esse argumento e orientar as equipas para fluxos de trabalho mediáticos modernos.

Orientação para o Formador: Como Contrariar as Desculpas dos Formandos

- Se os formandos disserem: “Não podemos cobrir o jogo feminino porque o nosso único repórter tem de estar no estádio masculino.”
- Resposta do Formador: “Deixem o estádio masculino sem presença física. Utilizem widgets automatizados/feeds de dados em direto (como Opta ou SofaScore) para publicar



Co-funded by
the European Union



Unión Federativa
Esportiva de Catalunya



atualizações em direto do amigável masculino no vosso website. Enviem o vosso repórter ao jogo feminino de elevada importância para obter citações originais, vídeos curtos e narrativas emocionais."

- Se os formandos disserem: "As redes sociais só podem focar-se numa coisa de cada vez."
- Resposta do Formador: "Implementem uma Estratégia de Modelo Split-Screen. Criem gráficos que atualizem ambos os resultados em simultâneo nos Instagram Stories, ou utilizem threads automatizadas no X para alternar atualizações: minutos ímpares = Women's Champions League; minutos pares = amigável masculino."

Guia de Debriefing do "Gancho do Patrocínio"

Para alcançar os resultados de aprendizagem estratégicos relacionados com o patrocínio corporativo a longo prazo, os formadores precisam de um guia de pontos de discussão para a reflexão final de 15 minutos.

Pontos de Discussão "Porque é que o Verão Importa" para Formadores:

- A Realidade de Negócio dos 365 Dias: As marcas não patrocinam atletas por um pico olímpico ou de Campeonato Europeu de duas semanas. Patrocinam-nos para obter um alinhamento contínuo da marca com uma base de adeptos leal.
- A Penalização do Apagão Mediático: Quando um meio de comunicação deixa de cobrir uma medalhista de ouro em setembro e outubro (os circuitos da Diamond League), está ativamente a reduzir a pegada digital dessa atleta.
- As Consequências: Esta queda de visibilidade torna extremamente difícil para a atleta provar valor aos seus patrocinadores corporativos, o que seca o pipeline financeiro de toda a modalidade mesmo antes do inverno. O silêncio mediático causa diretamente asfixia financeira ao desporto feminino.

Registo de Visibilidade Mediática

Mulheres e cobertura desportiva

Equipa: _____ Meio auditado: _____ Data de Publicação: _____



Co-funded by
the European Union



Espaço	1. Localização no Layout (Onde está na página?)	2. Conteúdo Masculino de Baixo Valor Substituído (Que “não-notícia” estão a eliminar?)	3. Substituição por Desporto Feminino (Que evento/jogo real foi encontrado?)	4. Título Reformulado (Redigir um título focado no desempenho/competência)
01				
02				
03				
04				
05				
06				
07				
08				

2. Cábula de Microauditoria

- **Coluna 2 (Verificação de Conteúdo de Baixo Valor):** É um rumor de transferência, uma atualização de férias fora de época, drama nas redes sociais ou boato não verificado? Se não tiver impacto direto num jogo ativo, eliminem-no.
- **Coluna 4 (Verificação do Título):** Passa no **Teste de Desempenho**? Retirem palavras emocionais (desgosto, impressionante, milagre, beleza) e substituam-nas por ações técnicas (mudança tática, bloco defensivo, finalização clínica, parcial recorde). Evitem completamente



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportistas de Lisboa



qualificadores de género como “equipa feminina”, exceto quando for estruturalmente necessário.

3. Métricas do Pitch de Apresentação

Compile estes números nos últimos 2 minutos do bloco de edição para utilizar durante a apresentação da equipa.

- **Total de “Não-Notícias” Masculinas Removidas:**

- **Total de Competições Femininas Reintegradas na Página:**

- **Novas Modalidades Introduzidas:** (ex.: Ténis, Voleibol, Polo Aquático)

- **O Desafio Técnico:** A vossa equipa teve dificuldade em encontrar estatísticas ou dados dos jogos das histórias femininas online?

☐ **Sim** / ☐ **Não** (*Expliquem porquê durante o debriefing*)



Co-funded by
the European Union



Calendário do Desporto Feminino 2026

JULHO · AGOSTO · SETEMBRO —
PRINCIPAIS EVENTOS EUROPEUS E
INTERNACIONAIS

Julho

DATAS	EVENTO	MODALIDADE	LOCAL
até 5 JuL	Campeonato do Mundo ICC Women's T20	CRICKET	Inglaterra e País de Gales
1-12 JuL	Campeonato Europeu Feminino Sub-18 de Voleibol da CEV	VOLEIBOL	Letónia e Lituânia
6-12 JuL	Campeonato Europeu Feminino Sub-22 de Voleibol da CEV	VOLEIBOL	Países Baixos
até 12 JuL	Torneio de Wimbledon (Singulares Femininos)	TÊNIS	Londres, Inglaterra
22 JuL - 2 Set	Qualificação da UEFA Women's Champions League 2026-27	FUTEBOL	Europa
24-26 JuL	Tour da Polónia Feminino (UCI ProSeries)	CICLISMO	Polónia
23 JuL - 2 Ago	Commonwealth Games (múltiplas modalidades femininas)	VÁRIAS MODALIDADES	Glasgow, Escócia
29 JuL - 9 Ago	Campeonato do Mundo Feminino Sub-18 de Andebol da IHF	ANDEBOL	Roménia



Co-funded by
the European Union



União Federação Esportivos de Caboverde



Agosto

DATAS	EVENTO	MODALIDADE	LOCAL
1-9 Ago	Tour de França Femmes avec Zwift	CICLISMO	Suíça + França
30 JuL - 2 Ago	Torneio Feminino AIG (Major)	GOLF	Royal Lytham & St Annes, Inglaterra
3-9 Ago	Campeonato Europeu Feminino Sub-20 de Polo Aquático	PÓLO AQUÁTICO	Oeiras, Portugal
10-16 Ago	Campeonatos Europeus de Atletismo (incl. mulheres)	ATLETISMO	Birmingham, Inglaterra
20 Ago	GP Lucien Van Impe (UCI Pro Series)	CICLISMO	Bélgica
21 Ago - 6 Set	EuroVoLei Feminino 2026	VOLEIBOL	Azerbaijão, Chéquia, Suíça, Turquia
31 Ago - 13 Set	US Open (Singulares Femininos)	TÉNIS	Nova Iorque, EUA
24-30 Ago	Campeonatos do Mundo de Remo (incl. mulheres)	REMO	Amesterdão, Países Baixos



Co-funded by
the European Union



União Federação Esportiva de Lisboa



Setembro

DATAS	EVENTO	MODALIDADE	LOCAL
5-27 Set	Campeonato do Mundo Feminino Sub-20 da FIFA	FUTEBOL	Polónia
4-13 Set	Campeonato do Mundo Feminino de Basquetebol da FIBA	BASQUETEBOL	Berlim, Alemanha
6 Set	Clássica Feminina Pointe du Raz (UCI Pro Series)	CICLISMO	França
7-13 Set	Taça Solheim (Europa vs EUA)	GOLF	Cromvoirt, Países Baixos
11-13 Set	Campeonato Mundial Ultimate de Atletismo (incl. mulheres)	ATLETISMO	Budapeste, Húngria
13 Set	La Choralis Fourmies Feminina (UCI ProSeries)	CICLISMO	França
13 Set	Grande Prémio Feminino de Ciclismo de Estugarda e Região (UCI Pro Series)	CICLISMO	Estugarda, Alemanha
sem. de 21 Set	Finais da Taça Billie Jean King	TÉNIS	Shenzhen, China

Futebol Ténis Ciclismo Basquetebol Atletismo Voleibol
 Andebol GoLf Pólo Aquático Cricket Várias Modalidades Remo



Co-funded by
the European Union



União Federação Esportiva de Lisboa



Referências

- **Council of Europe.** (2013). *Recommendation CM/Rec(2013)1 of the Committee of Ministers to member States on gender equality and media.* <https://rm.coe.int/1680597bd4>
- **Council of Europe.** (2015). *Recommendation CM/Rec(2015)2 of the Committee of Ministers to member States on gender mainstreaming in sport.* <https://rm.coe.int/16805c4721>
- **European Institute for Gender Equality (EIGE).** (2017). *Gender in sport: Gender mainstreaming platform.* Publications Office of the European Union. <https://eige.europa.eu/publications/gender-sport>
- **International Federation of Journalists (IFJ).** (2012). *Learning resource kit for gender-ethical journalism and media house policy.* <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/gender-equality>
- **International Olympic Committee (IOC).** (2021). *IOC gender equality & inclusion objectives for 2021-2024.* <https://olympics.com/ioc/gender-equality>
- **POWER Project.** (2026). *Deliverable D3.1: POWER strategy & guidelines for the fair portrayal of women athletes in sports media.* [Internal Project Document].
- **Spiliopoulos, P. E., Matsiola, M., Konsta, A., & Pilitsidou, Z.** (2024). In the shadow of men under the Greek sun: The marginalized representation of women's sports in Greek print sports media (2019-2020). *Journal of Physical Activity, Nutrition and Rehabilitation (PANR Journal)*, 1–26. <https://www.panr.com.cy/?p=7459>
- **UNESCO.** (2024). *Gender equality in sports media: Promoting fair and balanced representation.* <https://www.unesco.org/en/gender-equality/media-gender-equality>
- **UN Women & International Olympic Committee.** (2020). *Sports for generation equality framework.* <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2020/3/announcement-sports-for-generation-equality-framework>



Co-funded by
the European Union



União Federação
Esportiva de Caboverde



MÓDULO 2: Diversidade de Narrativa

Introdução

Este módulo centra-se na diversidade narrativa e na visibilidade nos media desportivos, analisando como os estereótipos de género são construídos, reproduzidos e desafiados através de narrativas jornalísticas, escolhas editoriais e práticas de comunicação. Os media desportivos não se limitam a reportar acontecimentos; moldam ativamente as perceções públicas ao determinar que histórias são contadas, que vozes são ouvidas e como os atletas são representados.

A representação mediática não é neutra. Através da linguagem, do enquadramento, das imagens e das técnicas narrativas, os meios de comunicação contribuem para a construção social das normas e expectativas de género. A investigação em comunicação desportiva destaca de forma consistente que as atletas são frequentemente representadas através de narrativas emocionais, estéticas ou pessoais, em vez de um discurso centrado no desempenho, enquanto os atletas são predominantemente representados através de linguagem orientada para a competência, força, liderança e conquista. Este desequilíbrio contribui para a persistência de estereótipos de género, limita a visibilidade e a legitimidade do desporto feminino e influencia as perceções do público, as oportunidades de patrocínio e os padrões de cobertura mediática.

O módulo enfatiza que a representação justa não é apenas uma questão de visibilidade, mas também da forma como os atletas são representados. Aumentar a quantidade de cobertura dedicada às atletas é importante, mas é igualmente necessário garantir que as narrativas mediáticas são precisas, respeitosas, inclusivas e centradas nas conquistas desportivas, em vez da aparência, da vida privada ou de pressupostos estereotipados. Ao analisar criticamente práticas mediáticas comuns, os participantes serão incentivados a refletir sobre o papel que jornalistas, editores, profissionais de comunicação, bloggers e criadores de conteúdos desempenham na construção de narrativas desportivas mais inclusivas.

O objetivo de aprendizagem deste módulo é reforçar a capacidade dos participantes para reconhecer e desafiar o viés de género nas narrativas dos media desportivos. Os participantes irão explorar como a linguagem, o enquadramento, a narrativa e as escolhas editoriais influenciam as perceções públicas dos atletas e ficarão familiarizados com ferramentas práticas para produzir conteúdos desportivos inclusivos, precisos e não estereotipados. O módulo visa também incentivar a reflexão crítica sobre as responsabilidades éticas dos profissionais dos media na promoção da diversidade, da igualdade e da representação justa.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



Após a conclusão do módulo, espera-se que os participantes desenvolvam conhecimentos, competências e atitudes que apoiem práticas de comunicação mais inclusivas nos media desportivos. Irão adquirir uma compreensão mais profunda sobre como os estereótipos de género operam no jornalismo e na comunicação desportiva, bem como consciência dos fatores estruturais e culturais que contribuem para uma representação desigual.

Objetivos de Aprendizagem

1. Adquirir ferramentas práticas para produzir conteúdos desportivos inclusivos, precisos e não estereotipados
2. Reforçar a sua capacidade de aplicar técnicas de reportagem, narrativa e comunicação visual sensíveis ao género

Exercício/Método de Formação

Laboratório de Reescrita de Títulos	
Resultados da Aprendizagem	1. Compreensão dos princípios e normas para a produção de conteúdos desportivos inclusivos, precisos e não estereotipados. 2. Capacidade de aplicar ferramentas e técnicas práticas para produzir conteúdos dos media desportivos inclusivos e livres de viés.
Período Temporal	10 minutos – Introdução e explicação da atividade 15 minutos – Trabalho de grupo (análise e reescrita de títulos) 20 minutos – Apresentação dos resultados dos grupos 15 minutos – Debriefing e avaliação



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



Materiais

Os seguintes Títulos, Comentários ou Descrições Desportivas em Formato Impresso (10 exemplos):

1. *"O Trio de Raparigas Gordinhas Quase Alcança um Milagre Olímpico"*

Um título infeliz publicado pelo jornal Il Resto del Carlino.
<https://www.dongiorgio.it/09/08/2016/questi-idioti-insulsi-telecronisti-delle-olimpiadi/>

Consideração:

Este título reduz as atletas à sua aparência física, em vez de reconhecer as suas conquistas desportivas. A utilização do termo "raparigas gordinhas" reforça estereótipos relacionados com o corpo e desvia a atenção do desempenho desportivo, contribuindo para a objetificação e trivialização das atletas.

2. *"Alessia Orro, a Distribuidora Campeã do Mundo com a Juventus no Coração"*

Um exemplo de título acompanhado por fotografias sexualizadas publicado pelo Tuttosport.

<https://prismag.it/sexualizzazione-donne-giornalismo/>

Consideração:

A combinação de reportagem desportiva com imagens sexualizadas cria uma narrativa que valoriza as atletas não apenas pelas suas conquistas desportivas, mas também pela sua atratividade física. Este enquadramento reforça a ideia de que as mulheres no desporto devem corresponder a expectativas estéticas, além de demonstrarem excelência desportiva, um padrão raramente imposto aos atletas masculinos.

3. *"Para além da sua namorada Flaminia, não está excluído que a irmã de Scamacca, Giulia, também assista aos jogos, encantando as redes sociais com as suas curvas e sensualidade."*

Outro exemplo de título acompanhado por fotografias sexualizadas publicado pela SportMediaset.

<https://prismag.it/sexualizzazione-donne-giornalismo/>



Co-funded by
the European Union



Consideração:

A subordinação do desporto feminino ao desporto masculino e a reprodução de estereótipos relativos à feminilidade e masculinidade são reforçadas pelas representações mediáticas, particularmente através da utilização de imagens. Os homens são normalmente representados em poses atléticas durante a competição ou enquanto praticam a sua modalidade, enquanto as mulheres são mais frequentemente retratadas em contextos não relacionados com o desempenho desportivo. Além disso, a aparência física das mulheres é muitas vezes enfatizada mais do que as suas capacidades desportivas, e muitas atletas recebem atenção mediática principalmente devido à sua atratividade, e não pelas suas conquistas.

4. "Sou adepto de futebol, sou homem, gosto de ver futebol e gosto de o associar a uma mulher bonita. A base é que preciso da rapariga bonita, que depois pode ser treinada."

Declaração de Michele Criscitiello, diretor da SportItalia, explicando a presença de "showgirls" em programas desportivos.

<https://prismag.it/sessualizzazione-donne-giornalismo/>

Consideração:

Esta declaração reflete a persistência de estereótipos de género nos ambientes dos media desportivos, onde as mulheres são frequentemente valorizadas sobretudo pela sua aparência, em vez da sua experiência ou competência profissional. Estas representações reforçam a perceção de que as mulheres ocupam papéis decorativos ou de apoio na comunicação desportiva, enquanto a autoridade e o conhecimento técnico permanecem associados aos homens.

5. "O outro pilar, embora não tenha o físico para isso, é a ala direita: Cappella, uma loirinha vivaça. É a trabalhadora incansável do grupo alegre. Um coração enorme, e olhos que revelam toda a esperteza desta jovem audaz, sempre pronta para uma piada."

Descrição de uma jogadora de futebol publicada pela La Gazzetta dello Sport.

file:///C:/Users/Swami/Downloads/Giani_lingua+e+immagini+polemi che+giornalistiche%20(1).pdf

Consideração:



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



A percepção sobre quais os desportos adequados a cada género resulta de estereótipos que refletem e reforçam expectativas socialmente construídas sobre homens e mulheres. Os desportos associados aos homens tendem a enfatizar a fisicalidade, a competitividade e a força, enquanto os desportos associados às mulheres são frequentemente enquadrados em torno da estética, da beleza e da graça. Este tipo de descrições minimiza a competência desportiva e reforça normas tradicionais de género.

6. "Katie Ledecky, a Michael Phelps de Saia"

A campeã olímpica de natação Katie Ledecky é comparada ao nadador Michael Phelps.

Consideração:

As narrativas desportivas sobre atletas recorrem frequentemente a linguagem que diminui as suas conquistas ao compará-las com atletas masculinos. Expressões como "joga como um homem" ou "a versão feminina de..." sugerem que a excelência desportiva continua fundamentalmente associada à masculinidade. O desporto feminino é, assim, socialmente construído como uma versão alternativa do desporto "real", que é implicitamente considerado masculino.

7. "Barbara Tem Sempre as Unhas Prontas, Pintadas de Azul..."

<https://atletaibrido.it/donne-nello-sport-discriminazione-nello-sport/>
La Gazzetta dello Sport, 5 de junho de 2023.

Consideração:

A questão não se limita à quantidade de cobertura mediática dedicada às atletas; diz também respeito à forma como são representadas. As narrativas mediáticas enfatizam frequentemente aspetos não relacionados com o desempenho desportivo, como a aparência física, a vida privada ou a roupa. Títulos que celebram a beleza ou elegância de uma atleta continuam a ser comuns, mesmo quando conquistas desportivas significativas merecem destaque. Esta assimetria narrativa reforça uma hierarquia simbólica em que o desporto masculino é percecionado como a norma e o desporto feminino como uma exceção ou forma secundária de entretenimento.

8. "Benedetta Pilato, a Princesa da Bruços"

Título sobre a nadadora italiana Benedetta Pilato publicado pela *La Repubblica*, 28 de julho de 2019.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



<https://atletaibrido.it/donne-nello-sport-discriminazione-nello-sport/>

Consideração:

A utilização de linguagem infantilizante ou de conto de fadas, como “princesa”, pode enfraquecer o estatuto profissional das atletas ao representá-las através de estereótipos tradicionalmente femininos e infantilizados. Embora muitas vezes seja usada com intenção elogiosa, este tipo de descrição pode desviar a atenção da excelência desportiva e contribuir para uma narrativa que enquadra as atletas de forma diferente dos seus homólogos masculinos.

9. "Fantásticas Raparigas Voadoras, Que Tripla Vitória nos 100 Metros!"

La Gazzetta Sportiva, 2021

<https://www.calcioinpillole.com/in-prima-pagina-i-quotidiani-in-edicola-oggi-5-settembre-2021/>

Consideração:

Este tipo de linguagem pode trivializar o sucesso desportivo e fazer com que as conquistas das mulheres pareçam menos sérias ou prestigiadas do que conquistas equivalentes de atletas masculinos. O tom assemelha-se ao utilizado para eventos recreativos ou amadores, diminuindo a importância da competição de elite e reforçando padrões desiguais de reconhecimento.

10. "Bonita"

Título da primeira página da *La Gazzetta dello Sport* sobre a tenista Jasmine Paolini após a sua qualificação para a final de Wimbledon, 2024.

<https://www.quotidiano.net/luce/attualita/jasmine-paolini-bellissima-sinner-mito-omsfuhem>

Consideração:

Jasmine Paolini tornou-se a primeira mulher italiana a chegar a uma final de singulares de Wimbledon, uma conquista desportiva histórica. No entanto, o título centra-se na sua aparência, em vez do seu desempenho. Isto reflete uma tendência mais ampla nos media desportivos para priorizar a estética em detrimento da competência quando cobrem atletas, diminuindo assim a visibilidade das suas conquistas desportivas.



Co-funded by
the European Union



União Federação
Esportivos de Cabaceira



Pode imprimir este documento diretamente e recortar cada citação!

MATERIAIS do Laboratório de Reescrita de Títulos

Projektor ou ecrã para slides

Papel A3

Marcadores ou canetas

Checklist de Reescrita impressa (foco no desempenho desportivo, linguagem inclusiva, remoção de viés de género e evitar enquadramentos baseados na aparência ou nas emoções). Deve ser fornecida uma cópia a cada grupo de participantes para apoiar o exercício de análise e reescrita de títulos.

Checklist de reescrita de títulos :

Antes de reescrever um título, pergunte a si próprio as seguintes questões:

1. O título centra-se principalmente no desempenho, conquista, competências ou resultados desportivos do atleta?
☐ Sim
☐ Não
2. O género do atleta é mencionado apenas quando é relevante para a história?
☐ Sim
☐ Não
3. O título evita referências à aparência física, atratividade, roupa, forma corporal ou idade, exceto quando diretamente relevantes para o evento desportivo?
☐ Sim
☐ Não
4. O título evita referências desnecessárias a papéis familiares, relações ou vida privada?
☐ Sim
☐ Não



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



5. A linguagem evita estereótipos associados à feminilidade ou masculinidade?

- ☐ Sim
- ☐ Não

6. O mesmo título seria considerado adequado se o atleta fosse de outro género? (Teste de Troca de Género)

- ☐ Sim
- ☐ Não

7. O título reconhece o atleta principalmente como profissional do desporto, e não através de características pessoais?

- ☐ Sim
- ☐ Não

8. A linguagem é respeitosa, neutra e livre de expressões infantilizantes (ex.: “rapariga”, “princesa”, “querida”)?

- ☐ Sim
- ☐ Não

9. O título evita um enquadramento emocional que não seja aplicado de forma igual a atletas masculinos?

- ☐ Sim
- ☐ Não

10. O título contribui para uma representação justa e equilibrada das atletas?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Reflexão Final:

Se respondeu “Não” a uma ou mais questões, considere rever o título para se focar mais claramente no desempenho desportivo, nas conquistas profissionais e numa representação precisa.

***Pode imprimir este documento diretamente*:**

[MATERIAL da Checklist de Reescrita](#)



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



Descrição passo a passo

Fase 1: Introdução e enquadramento

O formador introduz brevemente o conceito de diversidade narrativa e explica como as narrativas dos media desportivos podem influenciar as perceções públicas sobre os atletas e o exercício seguinte. O formador explica que o objetivo da atividade não é simplesmente identificar linguagem problemática, mas aprender a transformá-la numa reportagem justa, precisa e centrada no desempenho.

O formador dividirá os participantes num máximo de 5 grupos (de X pessoas cada, dependendo do número de participantes presentes na formação).

Cada grupo recebe dois dos 10 títulos desportivos ou pequenos textos mediáticos relacionados com atletas (os indicados acima nos materiais), impressos, e uma Checklist de Reescrita de Títulos impressa para cada grupo, juntamente com folhas A3 para a atividade final.

Fase 2: Análise utilizando a Checklist de Reescrita

Os grupos analisam primeiro cada título ou texto mediático.

Para cada título analisado, os grupos devem identificar:

- Quais os critérios da checklist que não são respeitados.
- Que tipo de viés está presente.
- Que palavras ou expressões contribuem para o enquadramento enviesado.

Preencher a checklist!



Co-funded by
the European Union



União Federação
Esportivas de Lisboa



O formador incentiva os grupos a discutir as suas observações e a chegar a uma interpretação comum .

Fase 3: Exercício de reescrita

Depois de identificarem os elementos problemáticos, cada grupo reescreve os títulos seguindo três perguntas-chave:

- Qual é a verdadeira conquista ou ação desportiva do atleta?
- Que palavras podem ser removidas porque se focam na aparência, nas emoções ou nos estereótipos, em vez do desempenho?
- Como pode o título ser reescrito para destacar a competência, a conquista ou a relevância desportiva?

Os participantes produzem então uma versão revista de cada título.

O formador relembra os participantes de que o objetivo não é tornar os títulos mais longos ou mais complicados, mas sim torná-los mais precisos, inclusivos e profissionalmente relevantes.

Exemplo de transformação:

“A atleta emocional chora depois de falhar o último lançamento” → “A atleta reflete sobre o desempenho após a derrota no jogo”

Fase 4: Apresentação dos resultados dos grupos e discussão

Cada grupo apresenta um ou dois exemplos dos seus títulos originais e revistos: “antes e depois”.

Para cada exemplo, os participantes explicam:

- o tipo de viés que identificaram;
- as alterações que fizeram;
- como a versão revista melhora a representação.

Discussão em grupo

O formador facilita a discussão recorrendo às considerações e exemplos previamente fornecidos nos materiais de formação,



Co-funded by
the European Union



União Federação
Esportiva de Caboverde



	incentivando os participantes a relacionar os padrões de viés identificados com questões mais amplas de representação de género, visibilidade e estereotipagem nos media desportivos.
Debriefing e avaliação	O formador conclui a atividade perguntando aos participantes: • Que tipo de viés foi mais fácil de identificar? • Que tipo de viés foi mais difícil de reescrever? • Como podem os jornalistas equilibrar uma narrativa envolvente com uma representação justa? • Que aprendizagens práticas podem ser aplicadas no seu trabalho profissional diário? O sucesso é alcançado quando os participantes demonstram capacidade para identificar enquadramentos enviesados e transformá-los numa reportagem desportiva centrada no desempenho, inclusiva e precisa.



Co-funded by
the European Union



União Federação
Esportivas de Caboverde



Recomendações

1. Incentivar os participantes a aplicar o “Teste de Troca de Género” ao longo de toda a atividade.

Pergunte aos participantes se o mesmo título, descrição ou enquadramento narrativo seria considerado adequado se o atleta fosse homem. Este exercício ajuda a revelar vieses implícitos e duplos padrões que muitas vezes passam despercebidos na reportagem desportiva.

2. Manter o foco no desempenho, e não na intenção .

O objetivo não é julgar jornalistas ou meios de comunicação, mas analisar como as narrativas são construídas e como podem ser melhoradas. Incentive os participantes a focarem-se no conteúdo em si, e não nas intenções presumidas por detrás dele.

3. Utilizar exemplos mediáticos reais sempre que possível.

Títulos reais, artigos, publicações nas redes sociais e comentários televisivos permitem aos participantes trabalhar com casos autênticos e reconhecer como o viés de género surge na comunicação desportiva do dia a dia.

4. Incentivar a discussão e múltiplas interpretações.

Alguns exemplos podem gerar opiniões diferentes entre os participantes. Os formadores devem facilitar uma discussão construtiva e convidar os participantes a justificar as suas análises utilizando os critérios fornecidos na Checklist de Reescrita.

5. Relacionar o exercício com os contextos profissionais dos participantes.

Convide jornalistas, técnicos de comunicação, estudantes, bloggers e criadores de conteúdos a refletirem sobre como vieses semelhantes podem surgir no seu próprio trabalho e como as ferramentas apresentadas no workshop podem ser aplicadas na prática.

6. Enfatizar que a linguagem inclusiva não significa uma narrativa menos envolvente.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportistas de Lisboa



	Os participantes devem compreender que uma reportagem precisa, justa e centrada no desempenho pode continuar a ser apelativa e atrativa para o público, evitando simultaneamente estereótipos e enquadramentos discriminatórios. 7. Se houver tempo, convidar os participantes a analisar os seus próprios conteúdos. Como atividade de seguimento, os participantes podem rever artigos recentes, publicações nas redes sociais, títulos ou materiais de comunicação que tenham produzido e avaliá-los utilizando a Checklist de Reescrita. Isto pode ajudar a traduzir os resultados de aprendizagem em prática profissional concreta.
--	--

Da Visibilidade à Invisibilidade: Viés de Género e Narrativas Mediáticas no Boxe Profissional

Resultados da Aprendizagem

No final da atividade, os participantes serão capazes de:

- Reconhecer como desempenhos desportivos idênticos podem ser enquadrados de forma diferente com base no género.
- Analisar o viés estrutural nas narrativas do jornalismo desportivo.
- Refletir sobre como o enquadramento mediático influencia a visibilidade e a legitimidade dos atletas .

Após a conclusão do exercício, os participantes deverão ser capazes de compreender que as narrativas dos media desportivos não se limitam a descrever o desempenho atlético, mas constroem ativamente a visibilidade, a legitimidade e a perceção pública dos atletas. Irão reconhecer como o enquadramento de género opera através das escolhas linguísticas, da ênfase narrativa e do foco temático no jornalismo desportivo.

Os participantes serão capazes de identificar e comparar diferentes formas de representação mediática, com particular atenção à forma como atletas masculinos e atletas são representados através de padrões narrativos distintos, tais como o enquadramento centrado no desempenho, a emocionalização, a narrativa pessoal e o discurso inspiracional. Através deste processo, irão desenvolver uma



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



	compreensão crítica de como estas diferenças contribuem para desigualdades mais amplas no reconhecimento, visibilidade e valorização do desporto feminino. Ao trabalhar com excertos mediáticos e um testemunho real de uma atleta, os participantes irão também explorar como a representação mediática está estreitamente interligada com barreiras estruturais e históricas no desporto. Irão compreender que a visibilidade é moldada não apenas por escolhas jornalísticas individuais, mas também por condições institucionais e culturais que influenciam o acesso, o reconhecimento e a legitimidade no desporto profissional. No final do exercício, os participantes deverão ser capazes de aplicar ferramentas analíticas básicas para desconstruir conteúdos dos media desportivos, identificar padrões de viés e desequilíbrio, e refletir sobre possíveis formas de reenquadrar as narrativas desportivas numa direção mais equilibrada, precisa e orientada para o desempenho, contribuindo para práticas mediáticas mais equitativas e responsáveis.
Resumo do Caso de Estudo	Os participantes analisam diferentes formas de representação nos media desportivos através de um caso de estudo comparativo centrado no boxe profissional. Na primeira parte da atividade, os participantes comparam a cobertura mediática, excertos de entrevistas e títulos relacionados com Katie Taylor e Canelo Álvarez. Embora ambos sejam campeões de boxe reconhecidos internacionalmente, as narrativas utilizadas para os descrever diferem significativamente. A cobertura relacionada com atletas masculinos centra-se predominantemente em: • desempenho e resultados • estratégia e competitividade • análise técnica A cobertura relacionada com atletas enfatiza mais frequentemente: • reações emocionais • percurso pessoal • qualidades inspiracionais • narrativas relacionadas com o género

	Na segunda parte da atividade, os participantes analisam um testemunho em vídeo no qual Katie Taylor explica que, no início da sua carreira, o boxe feminino não era oficialmente reconhecido na Irlanda. Para poder participar em combates, teve de se disfarçar de rapaz, competir sob o nome “Kay Taylor” e esconder a sua identidade durante as competições. Os participantes analisam como as narrativas mediáticas e as barreiras institucionais moldam a visibilidade, a legitimidade e o reconhecimento no desporto.
Período Temporal	Duração Total: 60 minutos • 20 minutos – Leitura e comparação • 20 minutos – Análise em grupo • 20 minutos – Apresentação em grupo e reflexão
Materiais	<u>Texto mediático, títulos, excertos de entrevista/vídeo com Katie Taylor:</u> https://www.theguardian.com/sport/2021/nov/29/katie-taylor-i-definitely-come-from-a-strong-line-of-great-women-boxing?utm_source https://www.theguardian.com/sport/2021/nov/29/katie-taylor-i-definitely-come-from-a-strong-line-of-great-women-boxing?utm_source https://youtube.com/shorts/XMva2YGLCTw?si=I912t36dVq_H5YvV <u>Excertos mediáticos/entrevistas com Canelo Álvarez</u> https://www.boxingnewsandviews.com/2025/06/23/canelo-on-why-its-not-always-about-punching-power/?utm_source https://www.boxing247.com/boxing-news/canelo-alvarez-says-no-fighter-can-match-what-he-generates/304845 https://www.ringmagazine.com/news/canelo-alvarez-believes-he-remains-boxing-s-biggest-star-3KYUAW7CnMvQsQLTY1fmV4 • *Pode imprimir este documento diretamente*: MATERIAIS de caso de estudo

	<u>Testemunho em vídeo da entrevista de Katie Taylor</u> https://youtu.be/68YTmXiVnU0?si=H0aAHfEa4RKjwT2n <u>Papéis</u> <u>Marcadores, canetas</u> <u>Projetor ou ecrã para slides e visualização de vídeo</u>
Descrição passo a passo	<u>Preparação antes da atividade</u> O formador divide os participantes num máximo de cinco grupos, sendo que cada grupo será composto por um número de participantes definido de acordo com o número de pessoas presentes na formação. Cada grupo recebe materiais impressos, incluindo títulos, excertos de entrevistas e pequenas descrições narrativas relacionadas com Katie Taylor e Canelo Álvarez, bem como papel para tomar notas. Todos os materiais são pré-selecionados e incluídos na secção “Materiais”. (O único material que não deve ser considerado nesta primeira fase é o testemunho em vídeo da entrevista de Katie Taylor, que será útil na segunda fase!!) Fase 1: Introdução e análise comparativa orientada O formador apresenta o objetivo da atividade, explicando que os participantes irão analisar como as narrativas dos media desportivos diferem consoante o género do atleta e de que forma isso tem impacto na visibilidade e legitimidade no desporto. Cada grupo recebe o mesmo conjunto de materiais impressos (títulos, excertos e textos curtos) e é convidado a analisá-los utilizando as seguintes perguntas orientadoras, apresentadas pelo formador e visíveis nos slides: - Como é descrito Canelo Álvarez em comparação com Katie Taylor? - Que aspetos do desempenho, personalidade ou identidade são enfatizados em cada caso? - Que tipo de linguagem domina em cada representação? O formador apoia a discussão recorrendo a modelos narrativos previamente identificados em exercícios anteriores (por exemplo, “Vamos pensar no enquadramento centrado no desempenho vs. o

enquadramento emocional/motivacional de que falámos anteriormente...”), ajudando os participantes a estruturar a sua análise sem recorrer a ferramentas digitais.

Os participantes são convidados a registar no papel as suas principais observações.

Fase 2: Análise de testemunho em vídeo

Os participantes assistem ao testemunho em vídeo da entrevista de Katie Taylor:

<https://youtu.be/68YTmXiVnU0?si=H0aAHfEa4RKjwT2n> (projetado no ecrã via YouTube), no qual Katie Taylor descreve as fases iniciais da sua carreira, quando o boxe feminino não era oficialmente reconhecido na Irlanda e teve de se disfarçar de rapaz para competir.

Após a visualização, cada grupo discute as perguntas orientadoras fornecidas pelo formador (visíveis nos slides no ecrã):

- O que revela este testemunho sobre acesso e reconhecimento no desporto?
- Como é que as barreiras institucionais influenciam a visibilidade das atletas?

O formador facilita uma breve reflexão em plenário, relacionando as narrativas mediáticas com as condições estruturais no desporto.

Fase 3: Síntese e apresentação em grupo

Cada grupo apresenta as suas principais reflexões com base nas perguntas orientadoras listadas no parágrafo abaixo.

O formador conclui destacando padrões recorrentes entre os grupos e relacionando-os com os objetivos de aprendizagem mais amplos do módulo, particularmente a relação entre visibilidade, legitimidade e representação de género nos media desportivos.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



Perguntas orientadoras

Perguntas orientadoras (com respostas indicativas para os formadores)

- Como é que isto pode afetar o patrocínio e a visibilidade mediática?

Espera-se que os participantes reconheçam que o enquadramento mediático de género pode influenciar diretamente o valor comercial e a visibilidade dos atletas. Quando as atletas são predominantemente representadas através de narrativas emocionais, pessoais ou centradas na aparência, em vez do desempenho, a sua legitimidade profissional percebida pode ser reduzida. Isto pode resultar em menos oportunidades de patrocínio, menor exposição mediática e investimento comercial desigual em comparação com os atletas masculinos, cuja representação é mais consistentemente orientada para o desempenho.

- Que tipos de linguagem reduzem a visibilidade do desempenho da atleta?

Os participantes devem identificar que a linguagem centrada na aparência, emoções, vida pessoal ou enquadramento inspiracional pode desviar a atenção do desempenho desportivo. Expressões que infantilizam as atletas, enfatizam a feminilidade ou destacam aspetos privados em vez da conquista desportiva contribuem para reduzir a perceção de competência e estatuto profissional. A linguagem comparativa ou diminutiva (por exemplo, referências a “rapariga”, “princesa” ou enquadramento emocional não relacionado com a competição) também deve ser destacada como problemática.

- O que revela o testemunho de Katie Taylor sobre as barreiras estruturais no desporto?

Espera-se que os participantes compreendam que a desigualdade de género no desporto não é apenas uma questão mediática, mas também estrutural. A experiência de Katie Taylor ilustra a exclusão histórica dos sistemas formais de competição, a falta de reconhecimento institucional e a necessidade de contornar normas de género para poder participar. Isto evidencia como o próprio acesso ao desporto foi moldado por barreiras institucionais e culturais que continuam hoje a influenciar a visibilidade e o reconhecimento.

- Como é que o enquadramento mediático influencia a perceção pública e a legitimidade dos atletas?



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportistas de Lisboa



	Os participantes devem reconhecer que o enquadramento mediático molda a forma como o público interpreta o desempenho atlético e valoriza os atletas. O enquadramento centrado no desempenho tende a reforçar a legitimidade, o profissionalismo e a autoridade, enquanto o enquadramento emocional ou estereotipado pode diminuir a perceção de seriedade e competência. Assim, as narrativas mediáticas desempenham um papel fundamental na construção de quais atletas são vistos como “elite”, “profissionais” ou “secundários” na cultura desportiva. - De que formas pode o jornalismo reforçar ou desafiar estereótipos de género? Espera-se que os participantes reflitam sobre o duplo papel do jornalismo. Por um lado, pode reforçar estereótipos através de padrões de enquadramento repetitivos, linguagem enviesada e visibilidade desigual. Por outro lado, o jornalismo pode desafiar estereótipos ao adotar linguagem inclusiva, focar-se no desempenho e nas conquistas, diversificar fontes e aplicar práticas editoriais sensíveis ao género. Esta pergunta deve incentivar a consciência do jornalismo como um agente ativo na reprodução ou transformação das normas de género no desporto.
Debriefing e avaliação	A fase de debriefing centra-se na consolidação da compreensão dos participantes sobre como as narrativas dos media desportivos e as condições institucionais contribuem, em conjunto, para a visibilidade e o reconhecimento desiguais dos atletas no desporto profissional. O objetivo é passar da análise de conteúdos para uma reflexão mais ampla sobre como o significado é produzido através da linguagem, das decisões editoriais e dos contextos estruturais. Os participantes são orientados a refletir sobre as seguintes dimensões: • como as narrativas centradas no desempenho e as narrativas de género diferem no jornalismo desportivo • como as escolhas editoriais e linguísticas moldam a perceção pública dos atletas • a relação entre visibilidade, legitimidade e acesso a oportunidades profissionais no desporto • como as barreiras estruturais e históricas continuam a afetar a participação e o reconhecimento das atletas

	• como o enquadramento mediático pode reforçar ou desafiar os estereótipos de género existentes no desporto O formador facilita uma discussão coletiva que relaciona as conclusões da análise comparativa com o testemunho em vídeo, destacando como textos mediáticos individuais refletem sistemas mais amplos de representação. O resultado de aprendizagem é considerado alcançado quando os participantes são capazes de reconhecer que o viés mediático opera tanto ao nível da construção narrativa (linguagem, enquadramento, escolhas narrativas) como ao nível das condições estruturais que influenciam quem é visível, como é representado e em que termos as suas conquistas são legitimadas no desporto. Os participantes são também incentivados a traduzir brevemente as suas reflexões em prática, identificando uma forma concreta através da qual o jornalismo desportivo poderia melhorar o equilíbrio e a precisão da representação dos atletas. <u>Pergunta Final:</u> Qual é a prática que gostaria de mudar ou melhorar na sua forma de reportar ou comunicar sobre atletas?
Recomendações	Enfatizar que o enquadramento narrativo é uma decisão editorial, e não um reflexo neutro da realidade. Alterar a linguagem altera a visibilidade.

Referências

- Cooky, C., Messner, M. A., & Musto, M. (2015). "It's Dude Time!": A quarter century of excluding women's sports in televised news and highlights shows. *Communication & Sport*, 3(3), 261–287. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/21674795211003524>
- Eastman, S. T., & Billings, A. C. (2000). Sportscasting and Sports Reporting: The Power of Gender Bias. *Journal of Sport & Social Issues*. <https://doi.org/10.1177/0193723500242006>
- Kian, E. M., & Hardin, M. (2009). Framing of sports coverage based on gender and athletic success. *Journal of Sports Media*.



Co-funded by
the European Union



- Harrison, S., Gualdoni, E., & Boleda, G. (2023). Run Like a Girl! Sports-Related Gender Bias in Language and Vision. ArXiv. <https://arxiv.org/abs/2305.14468b> <https://doi.org/10>
- Fu, L., Danescu-Niculescu-Mizil, C., & Lee, L. (2016). Tie-breaker: Using language models to quantify gender bias in sports journalism. ArXiv. <https://arxiv.org/abs/1607.03895>
- European Institute for Gender Equality (EIGE). (2017). *Gender in sport: Gender mainstreaming platform*. Publications Office of the European Union. <https://eige.europa.eu/publications/gender-sport>
- International Federation of Journalists (IFJ). (2012). *Learning resource kit for gender-ethical journalism and media house policy*.
- <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/gender-equality>
- <https://www.unesco.org/en/gender-equality/media-gender-equality>
- https://www.theguardian.com/sport/2021/nov/29/katie-taylor-i-definitely-come-from-a-strong-line-of-great-women-boxing?utm_source
- https://www.boxingnewsandviews.com/2025/06/23/canelo-on-why-its-not-always-about-punching-power/?utm_source
- https://www.theguardian.com/sport/2021/nov/29/katie-taylor-i-definitely-come-from-a-strong-line-of-great-women-boxing?utm_source
- https://youtube.com/shorts/XMva2YGLCTw?si=I912t36dVq_H5YvV
- <https://www.boxing247.com/boxing-news/canelo-alvarez-says-no-fighter-can-match-what-he-generates/304845>
- <https://www.ringmagazine.com/news/canelo-alvarez-believes-he-remains-boxing-s-biggest-star-3KYUAW7CnMvQsQLTY1fmV4>
- <https://youtu.be/68YTmXiVnU0?si=H0aAHfEa4RKjwT2n>
- <file:///C:/Users/Swami/Downloads/04%20Framing%20realta%20mediale%20x%20web.pdf>
- <https://www.dongiorgio.it/09/08/2016/questi-idioti-insulsi-telecronisti-delle-olimpiadi/>
- <https://prismag.it/sexualizzazione-donne-giornalismo/>
- <https://atletaibrido.it/donne-nello-sport-discriminazione-nello-sport/>
-



Co-funded by
the European Union



União Federação
Esportiva de Cabanas



- <https://www.calcioinpillole.com/in-prima-pagina-i-quotidiani-in-edicola-oggi-5-settembre-2021/>
-
- <https://www.quotidiano.net/luce/attualita/jasmine-paolini-bellissima-sinner-mito-omsfuhem>



Co-funded by
the European Union



MÓDULO 3: Equilíbrio Estrutural nos Media Desportivos

Introdução

O desequilíbrio estrutural nos media desportivos refere-se aos fatores sistémicos e institucionais que influenciam a forma como os conteúdos desportivos são selecionados, produzidos e distribuídos. Estes incluem os processos de tomada de decisão editorial, as estruturas organizacionais, as prioridades económicas e as dinâmicas de poder dentro das organizações mediáticas.

Embora a desigualdade de género nos media desportivos seja frequentemente visível através de diferenças na linguagem, nas narrativas ou nas imagens, é sobretudo impulsionada por mecanismos estruturais mais profundos que determinam que histórias são contadas, com que frequência são cobertas e como são enquadradas. Além disso, o desequilíbrio estrutural também existe dentro do próprio setor dos media desportivos, que continua a ser largamente dominado por homens, particularmente em cargos de tomada de decisão, como editores, diretores editoriais, produtores e cargos de gestão sénior. Estas realidades estruturais podem influenciar as prioridades editoriais, os valores-notícia, a seleção de histórias e a visibilidade global do desporto feminino e das atletas. Como resultado, contribuem para a sub-representação e representação incorreta persistentes das atletas nos media desportivos.

Este módulo visa proporcionar aos participantes uma compreensão abrangente sobre como funcionam os sistemas mediáticos e como estes sistemas podem reproduzir, de forma não intencional, o viés de género. Ao explorar a relação entre visibilidade, valor comercial, prioridades editoriais e práticas institucionais, os participantes serão capazes de avaliar criticamente as causas profundas do desequilíbrio de género na cobertura desportiva.

Compreender o desequilíbrio estrutural é essencial para promover a igualdade de género nos media desportivos, uma vez que desloca o foco das ações individuais para a mudança sistémica. Isto permite aos profissionais dos media irem além da consciencialização e tomarem medidas informadas e responsáveis nos seus contextos profissionais.

Objetivos de Aprendizagem

No final deste módulo, os participantes serão capazes de:

- Compreender o conceito de desequilíbrio estrutural nos media desportivos



Co-funded by
the European Union



- Identificar os principais fatores sistémicos que influenciam a desigualdade de género na cobertura mediática
- Reconhecer como as decisões editoriais, os fatores económicos e as práticas organizacionais moldam a representação
- Analisar a relação entre visibilidade, investimento e agendas mediáticas
- Refletir criticamente sobre o seu próprio papel profissional na construção dos conteúdos dos media desportivos

Resultados da Aprendizagem

Após a conclusão deste módulo, os participantes terão adquirido:

- Consciência dos fatores estruturais que impulsionam o viés de género nos media desportivos
- Capacidade de identificar padrões de desequilíbrio nos sistemas e instituições mediáticas
- Compreensão crítica de como a cobertura dos media desportivos é produzida e priorizada
- Capacidade de aplicar pensamento analítico a cenários mediáticos reais
- Capacidade de identificar medidas práticas que as organizações mediáticas podem implementar para reduzir o desequilíbrio estrutural de género na cobertura desportiva.

Exercício/Método de Formação

Decisões Editoriais sob Pressão: Compreender o Desequilíbrio Estrutural nos Media Desportivos	
Resultados da Aprendizagem	No final deste exercício, os participantes terão adquirido: • Compreensão de como as decisões editoriais são influenciadas por fatores estruturais • Consciência de como o viés de género pode surgir de forma não intencional nos processos de tomada de decisão • Capacidade de identificar o papel das pressões económicas, organizacionais e relacionadas com o público na construção da cobertura mediática • Competências de pensamento crítico na seleção e priorização de conteúdos desportivos • Capacidade de refletir sobre como tomar decisões editoriais mais equilibradas e inclusivas



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportistas de Lisboa



Período Temporal	Total: 90 minutos • Introdução e briefing – 10 min • Exercício de simulação em grupo – 35 min • Apresentação dos resultados – 20 min • Debriefing e discussão – 25 min
Materiais	• Pack de “Cenário Editorial” impresso ou digital (preparado previamente) • Flipchart ou quadro branco • Marcadores ou canetas • Temporizador Opcional: slides com contexto de enquadramento
Descrição passo a passo	Preparação (Formador) Antes da sessão, o formador prepara: • Um cenário mediático desportivo fictício, mas realista, incluindo: - o Lista de 10–12 potenciais histórias desportivas (cobertura mista masculina/feminina — ver final do documento) - o Dados de audiência (ex.: “maior envolvimento com futebol masculino”) - o Interesses de patrocinadores - o Limitações de tempo/espço (ex.: apenas 5 histórias podem ser selecionadas) Passo 1 – Introdução (10 min) O formador explica brevemente: • O que significa “desequilíbrio estrutural • Que os participantes irão simular uma reunião editorial real • O objetivo: selecionar histórias para um meio de comunicação desportivo Passo 2 – Trabalho de Grupo: Simulação Editorial (35 min) Os participantes são divididos em pequenos grupos (3–5 pessoas). Cada grupo atua como uma equipa editorial e deve: • Analisar as histórias disponíveis • Selecionar 5 histórias para publicação • Justificar as suas escolhas com base em: - o interesse do público - o relevância - o impacto - o valor comercial



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



	Importante: Não é necessário mencionar o gênero nesta fase — as decisões devem parecer “naturais”. Passo 3 – Apresentação dos Resultados (20 min) Cada grupo apresenta: • As histórias selecionadas • A sua justificação • O formador escreve os resultados no quadro (ex.: número de histórias femininas vs masculinas selecionadas). Passo 4 – Revelação e Reflexão (orientada pelo formador) O formador introduz a reflexão: • Que percentagem das histórias selecionadas se focou em mulheres? • O desporto feminino foi despriorizado? Porquê?
Debriefing e avaliação	Perguntas Orientadoras O formador conduz a discussão utilizando perguntas como: • Que fatores influenciaram mais as vossas decisões editoriais? • Identificaram algum padrão nas histórias selecionadas? • Foram priorizadas as expectativas do público ou os interesses comerciais? • Como podem os fatores estruturais influenciar a representação sem viés intencional? • Que ações podem as organizações mediáticas adotar para promover um maior equilíbrio estrutural? Avaliação da Aprendizagem Os objetivos de aprendizagem são considerados alcançados se os participantes: • Reconhecerem que as suas decisões foram influenciadas por fatores estruturais • Reconhecerem a existência de viés inconsciente • Demonstrarem capacidade para refletir criticamente sobre práticas editoriais • Sugerirem abordagens alternativas e mais inclusivas para a tomada de decisão

Recomendações	• Garantir um ambiente seguro e aberto — evitar culpabilizar os participantes • Incentivar uma reflexão honesta, em vez de procurar “respostas certas” • Adaptar o nível de dificuldade de acordo com a experiência dos participantes (estudantes vs profissionais) • Utilizar dados/exemplos reais sempre que possível para aumentar a relevância • Se houver tempo, repetir o exercício com condições ajustadas (ex.: metas de igualdade) para comparar os resultados
----------------------	---

A Lacuna de Visibilidade: Porque é que o Desporto Feminino Tem Dificuldade em Chegar às Manchetes

Resultados da Aprendizagem	Após este exercício, os participantes terão adquirido: • Capacidade de identificar fatores estruturais que influenciam a cobertura mediática desigual • Capacidade de analisar como as prioridades editoriais e a lógica de mercado moldam a visibilidade • Compreensão da relação entre exposição mediática, investimento e perceção do público • Competências de pensamento crítico para avaliar cenários mediáticos reais • Capacidade de propor estratégias práticas para melhorar o equilíbrio de género nos media desportivos
Resumo do Caso de Estudo	Este caso de estudo centra-se na persistente lacuna de visibilidade entre o desporto masculino e o desporto feminino na cobertura mediática. Os participantes irão analisar um conjunto simplificado de dados e um cenário inspirado em investigação real, no qual: • O desporto feminino recebe significativamente menos cobertura do que o desporto masculino • As organizações mediáticas justificam este desequilíbrio com base na procura do público e no valor comercial • O aumento da visibilidade ocorre apenas durante grandes eventos (ex.: Jogos Olímpicos) O principal desafio é compreender:

	• Este desequilíbrio é impulsionado pela procura do público ou por decisões estruturais dentro das organizações mediáticas? • Os participantes irão explorar como as práticas editoriais, as pressões económicas e os hábitos institucionais contribuem para reforçar este ciclo.
Período Temporal	Total: 60 minutos • Leitura e reflexão individual – 10 min • Discussão em grupo – 25 min • Apresentação dos resultados – 10 min • Debriefing – 15 min
Materiais	• Texto do caso de estudo impresso ou digital (preparado previamente) • Ficha de dados (estatísticas simplificadas fornecidas pelo formador) • Flipchart ou quadro branco • Marcadores
Descrição passo a passo	Step 1 – Passo 1 – Introdução e Leitura (10 min) Os participantes recebem o caso de estudo, incluindo: • Dados básicos (ex.: % de cobertura mulheres vs homens) • Descrição da estratégia editorial de uma organização mediática • Breve explicação das tendências de audiência • Os participantes leem individualmente. Passo 2 – Discussão em Grupo (25 min) Os participantes são divididos em pequenos grupos (3–5 pessoas). Cada grupo analisa o caso e discute: • Porque existe o desequilíbrio • Que fatores influenciam as decisões editoriais • Quem é responsável pela situação atual Passo 3 – Apresentações dos Grupos (10 min) Cada grupo partilha: • As suas principais conclusões • Os principais fatores identificados • Possíveis soluções • O formador regista padrões comuns entre os grupos.
Perguntas orientadoras	O grupo deve discutir: • Porque é que a visibilidade aumenta durante grandes eventos? • Porque é que diminui depois? • Que fatores estruturais contribuem para este ciclo?

	• A procura do público é a causa da visibilidade desigual, ou é parcialmente moldada pelas organizações mediáticas? • Que ações poderiam promover uma cobertura mais equilibrada e sustentável?
Debriefing e avaliação	Perguntas de Reflexão • Porque é que o desporto feminino recebe maior visibilidade durante grandes eventos? • O que acontece quando esses eventos terminam? • Que fatores estruturais contribuem para este ciclo? • A procura do público é a causa da visibilidade desigual, ou é parcialmente moldada pelas organizações mediáticas? • Que papel desempenham as prioridades editoriais e os interesses comerciais? • Que ações práticas poderiam ajudar a alcançar uma cobertura mais equilibrada e sustentável ao longo do ano? Avaliação da Aprendizagem Os objetivos de aprendizagem são alcançados se os participantes: • Identificarem causas estruturais da desigualdade, e não apenas causas individuais • Reconhecerem o papel dos sistemas mediáticos na construção da visibilidade • Demonstrarem pensamento crítico ao analisar o caso • Sugerirem melhorias realistas e aplicáveis
Recomendações	• Utilizarem dados nacionais reais sempre que possível para aumentar a relevância • Adaptarem a complexidade de acordo com o grupo-alvo • Incentivarem os participantes a relacionar o caso com a sua própria experiência • Evitarem enquadrar a discussão como “certo vs errado” — focar-se na compreensão dos sistemas • Se houver tempo, pedirem aos participantes para redesenhar a estratégia editorial numa segunda ronda

Materiais de Apoio e Handouts



Co-funded by
the European Union



União Federação
Esportivas de Lisboa



Cenário dos Media Desportivos

Cada cenário deve ser adaptado à realidade de cada país. Abaixo pode encontrar um exemplo:

Contexto

Vocês são a equipa editorial de um meio digital internacional de media desportivos: “Global Sport Media Hub”

- Plataforma: Website + Redes Sociais
- Audiência: Global (Europa, Ásia, Américas)
- Grupo-alvo: 18–45 anos
- Foco dos conteúdos: Futebol, modalidades olímpicas, competições globais

O vosso papel é decidir que histórias serão publicadas e promovidas com base em prioridades editoriais, comerciais e de audiências.

Histórias Disponíveis

Desporto Masculino

1. Meia-final da UEFA Champions League: principais clubes europeus frente a frente
2. Corrida pelo título da liga nacional de futebol – análise da última jornada
3. Estrela global do futebol bate recorde internacional de golos
4. Atualização do mercado de transferências: grande jogador associado a clube de topo
5. Atualização sobre lesão: jogador-chave antes de torneio internacional

Desporto Feminino

6. Meia-final da UEFA Women’s Champions League: principais equipas europeias
7. Seleção nacional feminina qualifica-se para uma grande competição internacional
8. Entrevista: atleta emergente prepara-se para os Jogos Olímpicos
9. Equipa feminina de basquetebol vence o campeonato nacional
10. Tenista alcança a meia-final de um Grand Slam

Misto / Outros

11. Preparação para os Jogos Olímpicos: visão geral dos atletas nacionais (homens e mulheres)
12. Debate: prémios monetários iguais em competições desportivas internacionais

Dados de Audiência



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



- 65% do envolvimento total provém de conteúdos sobre futebol masculino
- O desporto feminino representa aproximadamente 15% do total de cliques
- No entanto:
 - Os conteúdos sobre desporto feminino têm uma taxa de envolvimento mais elevada por publicação
 - Os públicos mais jovens (18–25) interagem mais com conteúdos sobre desporto feminino
- Grandes eventos (ex.: Jogos Olímpicos) aumentam significativamente a visibilidade das atletas

Interesses do Patrocinador

Patrocinador principal: Marca Desportiva Global

- Prioridades:
 - Elevada visibilidade e envolvimento
 - Forte preferência por conteúdos relacionados com futebol
- Campanha atual:
 - Foco em “Mulheres no Desporto”
 - Interesse em incluir pelo menos 1–2 histórias sobre desporto feminino

Restrições Editoriais

- Apenas 5 histórias podem ser publicadas na homepage
- Apenas 3 histórias podem ser fortemente promovidas nas redes sociais
- Tempo limitado para tomada de decisão
- O conteúdo deve equilibrar:
 - interesse do público
 - relevância
 - valor comercial

Tarefa para os Participantes

No vosso grupo, atuem como uma equipa editorial.

Têm 12 histórias disponíveis, mas, devido às restrições editoriais, devem:

1. Selecionar APENAS 5 histórias para publicar na homepage
2. Dessas 5, escolher APENAS 3 histórias para promover nas redes sociais
3. Justifiquem as vossas decisões com base em:
 - dados de audiência
 - relevância editorial



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



- considerações comerciais

Notas para o Formador (ocultas aos participantes)

Estas histórias foram intencionalmente construídas para reproduzir tensões editoriais comuns:

- Elevado valor comercial vs representação igualitária
- Conteúdo viral/escândalo vs conquista desportiva
- Desporto masculino estabelecido vs desporto feminino emergente
- Suposições sobre a audiência vs jornalismo de interesse público

Também pode preparar:

- projeções falsas de cliques
- emails de patrocinadores
- métricas de redes sociais
- pressão de notícias de última hora

para tornar a simulação ainda mais realista.

Texto do Caso de Estudo

O Efeito Olímpico: Porque é que o Desporto Feminino Só Importa Durante Grandes Eventos?

Contexto

Ao longo da última década, a participação das mulheres no desporto continuou a aumentar em todo o mundo. Grandes competições internacionais, como os Jogos Olímpicos, o Campeonato do Mundo Feminino da FIFA, o EURO Feminino da UEFA e a UEFA Champions League Feminino, têm atraído audiências crescentes, investimento em patrocínio e atenção mediática.

No entanto, a investigação demonstra de forma consistente que esta visibilidade é frequentemente temporária.

A investigação realizada no âmbito do projeto POWER concluiu que o desporto feminino recebe uma visibilidade significativamente maior durante grandes eventos, mas que a cobertura diminui muitas vezes de forma acentuada quando estes eventos terminam.

Por exemplo:



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



- Durante as épocas desportivas regulares, o desporto feminino representa frequentemente apenas 15–20% da cobertura desportiva total.
- Durante os Jogos Olímpicos, a cobertura pode subir para mais de 40%.
- Após o evento, a visibilidade regressa frequentemente aos níveis anteriores.

As organizações mediáticas explicam frequentemente este padrão referindo-se à procura do público, aos recursos disponíveis e às prioridades comerciais.

Os críticos argumentam que as próprias organizações mediáticas ajudam a moldar os interesses do público através de decisões editoriais, esforços promocionais e investimento a longo prazo na cobertura.

Como resultado, surgiu um debate importante:

Porque é que a visibilidade aumenta durante grandes eventos, mas não se mantém consistente ao longo do ano?

Dados de Apoio

Cobertura do Desporto Feminino ao Longo do Ano

Período	Cobertura do Desporto Feminino
Época Regular	15–20%
Campeonato do Mundo Feminino	30–40%
Jogos Olímpicos	40–45%
Período Pós-Evento	15–20%

Prioridades Editoriais Reportadas pelas Organizações Mediáticas

- Maior investimento em grandes eventos internacionais
- Preferência por conteúdos percecionados como geradores de maior tráfego de audiência
- Recursos limitados nas redações
- Forte competição por espaço na homepage
- Maior investimento comercial em competições masculinas estabelecidas



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportistas de Lisboa



Tendências Emergentes

- Crescente participação de mulheres e raparigas no desporto
- Interesse crescente por parte dos públicos mais jovens
- Compromisso mais forte dos patrocinadores com a diversidade e a inclusão
- Taxas de envolvimento mais elevadas para alguns conteúdos de desporto feminino

Desafio

Foram nomeados para um grupo de trabalho interno numa organização internacional de media desportivos.

A vossa tarefa é analisar a informação fornecida e preparar recomendações para o conselho editorial.

Especificamente:

- Porque é que a visibilidade aumenta durante grandes eventos?
- Porque é que diminui depois?
- Que fatores estruturais contribuem para este ciclo?
- Que ações poderiam as organizações mediáticas adotar para alcançar uma cobertura mais equilibrada e sustentável do desporto feminino?
- Com base na vossa discussão, desenvolvam três recomendações práticas que uma organização de media desportivos poderia implementar para melhorar a visibilidade e a representação das atletas ao longo de todo o ano.

Notas para o Formador (ocultar aos participantes)

O objetivo destas perguntas é incentivar a discussão e a reflexão crítica. Não existem respostas certas ou erradas. Os participantes podem chegar a conclusões diferentes dependendo das suas experiências, contextos profissionais e realidades nacionais. Os seguintes pontos são apresentados como possíveis respostas e exemplos para apoiar a discussão e ajudar os facilitadores a orientar a atividade, se necessário.

Porque é que a visibilidade aumenta durante grandes eventos?

Possíveis respostas podem incluir:

- Grandes eventos atraem audiências maiores e maior atenção mediática.
- Emissoras e organizações mediáticas investem mais recursos em competições internacionais.
- Histórias de sucesso nacional geram interesse público e envolvimento emocional.
- Os patrocinadores aumentam o investimento e os esforços promocionais durante grandes



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportistas de Portugal



eventos.

- O desporto feminino é frequentemente considerado mais noticioso durante competições de grande visibilidade.
- Eventos como os Jogos Olímpicos e os Campeonatos do Mundo Femininos proporcionam maior exposição e acesso mediático.
- Os meios de comunicação priorizam histórias que se espera que gerem maior envolvimento do público.

Porque é que diminui depois?

Possíveis respostas podem incluir:

- A atenção mediática desloca-se novamente para competições estabelecidas, particularmente o futebol masculino.
- As prioridades editoriais favorecem frequentemente conteúdos percecionados como geradores de maior tráfego e envolvimento.
- As competições femininas recebem menos promoção e menos recursos dedicados ao longo do ano.
- Frequentemente, não existe uma estratégia editorial de longo prazo para manter a visibilidade após grandes eventos.
- O patrocínio e o interesse comercial podem diminuir quando os grandes eventos terminam.
- Os hábitos existentes do público continuam a reforçar a dominância da cobertura do desporto masculino.
- As redações regressam frequentemente a padrões e rotinas tradicionais de cobertura.

Que fatores estruturais contribuem para este ciclo?

Possíveis respostas podem incluir:

Fatores Editoriais

- Prioridades editoriais e processos de seleção de notícias.
- Falta de diversidade entre os decisores.
- Compromisso limitado com a cobertura do desporto feminino ao longo de todo o ano.
- Ausência de metas ou políticas internas que promovam uma representação equilibrada.

Fatores Comerciais

- Interesses de patrocínio.
- Considerações sobre receitas publicitárias.
- Pressão para maximizar o envolvimento do público e o tráfego digital.



Co-funded by
the European Union



Fatores Organizacionais

- Recursos limitados dedicados à cobertura do desporto feminino.
- Falta de jornalistas especializados na cobertura do desporto feminino.
- Ausência de sistemas de monitorização e responsabilização.

Fatores Culturais

- Domínio histórico do desporto masculino.
- Expectativas do público moldadas por anos de cobertura desigual.
- Estereótipos persistentes relativamente à popularidade e ao valor do desporto feminino.

Fatores de Visibilidade

- Promoção limitada das competições femininas.
- Oportunidades de transmissão reduzidas.
- Falta de narrativa para além dos grandes eventos e dos desempenhos medalhados.

Que ações poderiam as organizações mediáticas adotar para alcançar uma cobertura mais equilibrada e sustentável do desporto feminino?

Possíveis respostas podem incluir:

- Desenvolver planos editoriais anuais para o desporto feminino.
- Estabelecer metas mínimas de cobertura ou visibilidade.
- Diversificar a cobertura para além do futebol masculino.
- Promover o desporto feminino de forma consistente nas plataformas de redes sociais.
- Incluir atletas, treinadoras e especialistas como colaboradoras e comentadoras regulares.
- Investir em jornalistas e criadores de conteúdos dedicados à cobertura do desporto feminino.
- Construir parcerias com federações desportivas, clubes e patrocinadores.
- Utilizar narrativas centradas no desempenho e não estereotipadas.
- Monitorizar a representação de género e publicar relatórios de progresso.
- Garantir uma colocação equilibrada na homepage e visibilidade nos títulos.

Com base na vossa discussão, desenvolvam três recomendações práticas que uma organização de media desportivos poderia implementar para melhorar a visibilidade e a representação das atletas ao longo de todo o ano.

Exemplos de possíveis recomendações incluem:

Recomendação 1 – Introduzir um Plano Editorial Anual para o Desporto Feminino



Co-funded by
the European Union



União Federação
Esportivos de Cabareça



Criar um calendário editorial que garanta uma cobertura regular das competições, atletas e histórias do desporto feminino ao longo de todo o ano, em vez de se focar apenas nos grandes eventos.

Recomendação 2 – Estabelecer Metas Internas de Visibilidade

Definir metas mensuráveis para a representação das atletas, das competições femininas e de especialistas femininas em artigos, transmissões e conteúdos nas redes sociais.

Recomendação 3 – Diversificar a Narrativa e a Promoção

Expandir a cobertura para além dos resultados das competições, destacando liderança, percursos de carreira, processos de treino, impacto comunitário e conquistas pessoais, apoiados por uma promoção consistente nas redes sociais.

Referências

- Cook, R. & Cusack, S. (2011). *Gender stereotyping: Transnational legal perspectives*. University of Pennsylvania Press.
- European Commission (2025). *Tackling harmful gendered content and gender stereotypes in advertising and the media in Europe: New challenges and opportunities*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Institute for Gender Equality (EIGE) (2017). *Gender in sport*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- International Olympic Committee (IOC) (2024). *Portrayal of women in sport media guidelines*. Lausanne: IOC.
- Mazdalifah, Moulita & Hanim, F. (2025). *Exploring gender bias in sports reporting through media literacy: A theoretical review*. Retos Journal.
- POWER Consortium. (2025). *Research methodology, production of national reports and the EU report* (Deliverable D2.1 – Output 1). Erasmus+ Sport Project POWER – The Portrayal of Women Athletes in Sports Media (Grant Agreement No. 101185115). Athens Network of Collaborating Experts (ANCE) and project partners.
- POWER Consortium. (2026). *Strategy & guidelines for the fair portrayal of women athletes in sports media* (Deliverable D3.1 – Output 2). Erasmus+ Sport Project POWER – The Portrayal of Women Athletes in Sports Media (Grant Agreement No. 101185115). Athens Network of Collaborating Experts (ANCE) and project partners.
- Repucom (2015). *Women and sport: Insights into the growing rise and importance of female fans and female athletes*.
- Reuters Institute for the Study of Journalism (2025). *Women and Leadership in the News Media: Evidence from 12 Markets*.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportistas de Lisboa



- Sport New Zealand & Isentia (2021). *Sports media and gender: Coverage, reporting and athlete portrayal in New Zealand sports news media.*
- UNESCO & UN Women (2019). *The Big Conversation: Handbook to address violence against women in and through the media.*
- UN Women (2025). *Tipping point: The chilling escalation of online violence against women in the public sphere.*
- Victorian Government (2023). *Representation of women in sports news coverage 2022–23.*
- Eurovision Sport (2021). *Reimagining sport: Pathways to gender-balanced media coverage.*



Co-funded by
the European Union



MÓDULO 4: Representação Visual nos Media Desportivos

Introdução

A representação visual desempenha um papel central na forma como os atletas são percecionados, recordados e valorizados. Nos media desportivos, imagens, vídeos, miniaturas, ângulos de câmara, legendas e elementos visuais nas redes sociais não se limitam a ilustrar uma história; moldam ativamente a própria história. Influenciam se um atleta é visto como poderoso, profissional, feroz, decorativo, emocional, passivo ou fraco.

A Estratégia POWER identifica a representação visual como uma das principais lacunas na representação justa das atletas. Estas são frequentemente sub-representadas visualmente ou mostradas através de imagens estáticas, neutras, passivas, estetizadas ou até sexualizadas. Isto contrasta com a representação mais dinâmica e orientada para o desempenho frequentemente utilizada para atletas masculinos, onde são enfatizadas a ação, a intensidade, a força e a competitividade.

Este módulo apoia os participantes no reconhecimento de como as escolhas visuais podem reforçar ou desafiar estereótipos de género. Centra-se na tomada de decisões práticas: selecionar fotografias, cortar imagens, criar miniaturas para redes sociais, associar elementos visuais a legendas e garantir diversidade visual entre modalidades, tipos de corpo, idades, capacidades e funções.

O objetivo não é prescrever um único estilo visual, mas ajudar jornalistas, editores, fotógrafos, criadores de conteúdos e técnicos de comunicação desportiva a fazer escolhas visuais conscientes, éticas e inclusivas. Os participantes irão aprender a passar de uma representação passiva ou objetificante para elementos visuais que mostrem as atletas em ação, liderança, profissionalismo e contextos desportivos autênticos.

Objetivos de Aprendizagem

No final deste módulo, os participantes serão capazes de:

- Compreender o papel da representação visual na construção das perceções sobre as atletas
- Reconhecer como imagens, vídeos, miniaturas e legendas podem reforçar ou desafiar estereótipos de género
- Identificar representações visuais enviesadas, passivas, objetificantes ou descontextualizadas nos media desportivos



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



- Aplicar critérios práticos para seleccionar elementos visuais dinâmicos, profissionais, diversos e capacitadores
- Refletir criticamente sobre as suas próprias escolhas visuais, independentemente do papel de comunicação que desempenhem no desporto

Resultados da Aprendizagem

Após a conclusão deste módulo, os participantes terão adquirido:

- Consciência do impacto do enquadramento visual na representação das atletas
- Capacidade de analisar conteúdos visuais desportivos a partir de uma perspetiva sensível ao género
- Capacidade de identificar padrões de desequilíbrio na seleção de imagens, cortes, posicionamento, legendas e utilização das plataformas
- Competências práticas na aplicação de uma checklist visual para produzir conteúdos desportivos mais inclusivos e não estereotipados
- Compreensão de como propor e implementar melhorias realistas para os padrões visuais nos meios de comunicação, organizações desportivas e canais de comunicação digital

Exercício/Método de Formação

Este módulo inclui um workshop de educação não formal e um exercício de caso de estudo. Ambas as atividades foram concebidas para se integrarem num módulo de formação de 3 horas e para apoiar a aplicação prática das orientações POWER sobre representação visual.

Laboratório de Escolhas Visuais: Seleccionar imagens para uma cobertura desportiva justa



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



Resultados da Aprendizagem	No final deste exercício, os participantes terão adquirido: · Capacidade de analisar imagens desportivas a partir de uma perspetiva sensível ao género · Compreensão das diferenças entre imagens baseadas na ação, profissionais, passivas e objetificantes · Consciência de como o corte, o ângulo, o contexto e a legenda influenciam o significado · Competências práticas na aplicação de critérios visuais ao selecionar imagens para artigos, publicações e campanhas · Compreensão crítica de como as decisões visuais afetam a visibilidade, a credibilidade e a perceção do público
Período Temporal	Total: 90 minutos · Introdução e briefing - 10 min · Avaliação individual de imagens - 15 min · Tarefa de seleção e redesenho em grupo - 30 min · Apresentação dos resultados - 25 min · Debriefing e discussão - 10 min
Materiais	· “Pack de Cenário Visual” impresso ou digital preparado previamente · Um conjunto de 12–16 elementos visuais desportivos que mostrem diferentes atletas, modalidades, ângulos, poses e contextos · Handout da Checklist de Representação Visual · Flipchart ou quadro branco · Marcadores ou canetas · Opcional: computadores portáteis ou telemóveis para rever miniaturas e layouts de redes sociais



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



Descrição passo a passo

Preparação (Formador)

- Antes da sessão, o formador prepara um pack visual contendo exemplos variados de atletas: fotografias em ação, momentos de pódio, fotografias de treino, retratos posados, imagens passivas, imagens sexualizadas ou estetizadas, imagens com cortes inadequados e imagens com legendas fortes.
- O formador deve evitar utilizar exemplos humilhantes ou explícitos. Se forem utilizados elementos visuais problemáticos, estes devem ser selecionados cuidadosamente e discutidos com respeito.

Passo 1 – Introdução (10 min)

- O formador explica brevemente que a representação visual não é neutra. Os participantes são apresentados ao princípio POWER: “Mostrar o seu poder, não a sua pose.”
- O formador apresenta os principais critérios visuais: ação, profissionalismo, relevância, diversidade, dignidade, contexto e precisão.

Passo 2 – Avaliação Individual de Imagens (15 min)

- Os participantes recebem 6–8 imagens e avaliam cada uma utilizando a Checklist de Representação Visual.
- Identificam quais os elementos visuais que são capacitadores, quais são problemáticos e porquê.

Passo 3 – Trabalho de Grupo: Seleção e Redesenho de Imagens (30 min)

- Os participantes são divididos em pequenos grupos de 3–5 pessoas. Cada grupo atua como a equipa editorial/de redes sociais de um meio de comunicação desportivo ou de uma organização desportiva.
- Cada grupo recebe um artigo ou briefing de campanha fictício e deve selecionar 3 elementos visuais do pack: uma imagem para a homepage, uma imagem para redes sociais e uma miniatura.
- Os grupos devem justificar as suas escolhas e, se necessário, sugerir melhorias, como um melhor corte, uma legenda mais forte ou um ângulo visual diferente.

Passo 4 – Apresentação dos Resultados (20 min)

- Cada grupo apresenta os elementos visuais selecionados e explica o raciocínio por detrás de cada escolha.
- O formador regista no quadro os critérios comuns: ação, emoção, competência, diversidade, relevância e prevenção de estereótipos.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



	Passo 5 – Reflexão (15 min) · O formador conduz uma discussão sobre como as escolhas visuais podem influenciar a credibilidade, o envolvimento do público e o valor percecionado do desporto feminino.
Debriefing e avaliação	Perguntas Orientadoras · O que fez com que uma imagem parecesse profissional, capacitadora ou respeitadora? · Que imagens se centraram no desempenho, na competência e no contexto desportivo? · Houve imagens passivas, decorativas, sexualizadas ou sem relação com o desempenho atlético? · Como é que o corte ou o ângulo da câmara alterou a mensagem da imagem? · O mesmo tipo de imagem seria utilizado para um atleta masculino numa história semelhante? · Como podem as legendas reforçar ou corrigir um enquadramento visual enviesado? Avaliação da Aprendizagem Os objetivos de aprendizagem são considerados alcançados se os participantes conseguirem identificar o viés visual, explicar como as escolhas visuais moldam o significado e propor melhorias práticas para a seleção de imagens e a elaboração de legendas.
Recomendações	· Criar um ambiente de aprendizagem seguro: a análise visual deve centrar-se na prática mediática, e não no julgamento dos corpos ou da aparência pessoal das atletas. · Utilizar exemplos nacionais ou específicos de uma modalidade sempre que possível, para aumentar a relevância. · Incluir exemplos problemáticos e positivos, para que os participantes aprendam o que evitar e o que replicar. · Incentivar os participantes a utilizar os mesmos critérios visuais para a cobertura do desporto feminino e masculino. · Facultativo: se o tempo permitir, repetir a tarefa apenas com publicações nas redes sociais, centrando-se nas miniaturas, legendas e cortes específicos de cada plataforma.

O Problema das Miniaturas: Quando as Métricas de Envolvimento Moldam o Viés Visual

Resultados da Aprendizagem

Após este exercício, os participantes terão adquirido:

- Capacidade de analisar como as plataformas digitais e as métricas de envolvimento influenciam as escolhas visuais
- Consciência de como as miniaturas e as imagens nas redes sociais podem reproduzir estereótipos de género
- Capacidade de avaliar a tensão entre capacidade de gerar cliques, ética editorial e representação justa
- Competências práticas na aplicação de padrões visuais inclusivos a um cenário realista de comunicação digital
- Capacidade de propor regras práticas para seleccionar miniaturas e elementos visuais de campanha justos



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportistas de Lisboa



Resumo de Caso de Estudo	Este caso de estudo centra-se num meio digital desportivo fictício, mas realista, que está a preparar a cobertura da final de um campeonato feminino. · A equipa editorial tem várias opções visuais disponíveis: uma imagem poderosa em ação, uma celebração com troféu, um retrato posado, uma imagem emocional em grande plano, uma fotografia de treino e uma imagem estética de lifestyle retirada do perfil de redes sociais da atleta. · As análises anteriores sugerem que imagens emocionais em grande plano e miniaturas com estilo de lifestyle recebem mais cliques, enquanto as imagens em ação geram maior envolvimento junto de audiências específicas do desporto. · O principal desafio é decidir se o meio de comunicação deve priorizar a taxa de cliques ou uma representação justa, precisa e baseada no desempenho. · Os participantes irão explorar como a lógica dos media digitais pode incentivar involuntariamente elementos visuais estereotipados ou descontextualizados, e como as organizações podem desenvolver melhores padrões sem ignorar o envolvimento do público.
Período Temporal	Total: 60 minutos · Leitura e reflexão individual - 10 min · Discussão em grupo e seleção de miniaturas - 25 min · Apresentação dos resultados - 10 min · Debriefing - 15 min
Materiais	· Texto do caso de estudo impresso ou digital · Ficha de opções de miniaturas · Ficha simplificada de análises · Checklist de Representação Visual · Flipchart ou quadro branco · Marcadores

Descrição passo a passo	Passo 1 – Introdução e Leitura (10 min) · Os participantes recebem o caso de estudo, incluindo o briefing da história, as opções de miniaturas, os dados de audiência e as restrições editoriais. · Os participantes leem individualmente e assinalam a miniatura que escolheriam em primeiro lugar. Passo 2 – Discussão em Grupo (20 min) · Os participantes são divididos em grupos de 3–5 pessoas. Cada grupo deve escolher uma miniatura para a homepage do website e uma para promoção nas redes sociais. · Os grupos devem justificar as suas escolhas utilizando tanto os dados de audiência como os princípios de representação justa. · Devem também escrever uma legenda curta ou um texto de publicação que reforce o enquadramento baseado no desempenho do elemento visual escolhido. Passo 3 – Apresentações dos Grupos (20 min) · Cada grupo apresenta as miniaturas selecionadas, a legenda e o raciocínio. · O formador assinala se os grupos priorizaram o envolvimento, a justiça, a relevância desportiva ou um equilíbrio entre estes fatores. Passo 4 – Debriefing (10 min) · O formador conduz uma discussão sobre como os padrões visuais podem ser integrados nos fluxos de trabalho editoriais do dia a dia.
Perguntas Orientadoras	· Que miniatura representa melhor a atleta como competidora profissional? · Que miniatura tem maior probabilidade de atrair cliques, e porquê? · A mesma lógica de miniaturas seria aplicada a uma final de campeonato masculino? · Como podem as legendas ajudar a evitar um enquadramento emocional, estético ou estereotipado? · Que padrões visuais mínimos deve uma redação ou organização desportiva adotar?

Debriefing e avaliação	Perguntas de Reflexão · O vosso grupo alterou a sua primeira escolha depois de aplicar a checklist visual? · Qual foi o compromisso mais difícil: envolvimento, precisão, estética ou justiça? · Como é que os formatos das plataformas, como cortes quadrados ou vídeos verticais, afetam a representação? · Que regra interna impediria uma seleção enviesada de miniaturas na vossa organização? Avaliação da Aprendizagem Os objetivos de aprendizagem são alcançados se os participantes conseguirem explicar a influência das métricas de envolvimento, identificar riscos de enquadramento visual estereotipado e propor um padrão visual prático para conteúdos digitais.
Recomendações	· Utilizar dados simplificados para que os participantes não se percam nas análises e possam focar-se no processo de tomada de decisão ética. · Incentivar os participantes a comparar como histórias semelhantes sobre atletas masculinos e atletas femininas são apresentadas visualmente. · Adaptar o caso de estudo a um contexto de federação, clube, campanha de evento ou jornalismo, e incluir uma tarefa de seguimento na qual os participantes redesenhem uma combinação real de título–imagem–legenda para aplicar os conceitos num contexto prático."

Materiais de Apoio e Handouts

Checklist de Representação Visual

Esta checklist pode ser utilizada durante ambos os exercícios e, posteriormente, na prática profissional, antes de publicar uma fotografia, miniatura de vídeo, imagem de campanha ou elemento visual para redes sociais.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportistas de Lisboa



Critério	Pergunta orientadora	Verificação
Desempenho e ação	O elemento visual mostra a atleta num contexto desportivo, demonstrando competência, força, movimento, concentração ou competição?	☐
Profissionalismo e dignidade	O mesmo estilo visual seria considerado adequado e respeitador para um atleta masculino numa história comparável?	☐
Relevância	A imagem está diretamente relacionada com a história, o evento, a modalidade ou a conquista em cobertura?	☐
Prevenção da objetificação	O elemento visual evita o foco desnecessário em partes do corpo, aparência, sexualidade ou poses decorativas?	☐
Diversidade	Os elementos visuais selecionados refletem, ao longo do tempo, diferentes modalidades, funções, idades, tipos de corpo, capacidades e contextos?	☐
Agência	A atleta aparece como sujeito ativo da história, em vez de objeto passivo de observação?	☐
Alinhamento da legenda	A legenda reforça o desempenho, a conquista, a liderança e o contexto, em vez de estereótipos?	☐
Adequação à plataforma	O corte, a miniatura ou o formato preservam a dignidade, o contexto desportivo e a clareza nas plataformas digitais?	☐



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



Pack de Cenário Visual

Cada cenário deve ser adaptado à realidade de cada país e aos exemplos mediáticos disponíveis. Abaixo pode encontrar um exemplo que os formadores podem utilizar ou modificar.

Contexto

Vocês são a equipa editorial digital e de redes sociais de uma plataforma desportiva internacional: “Global Sport Media Hub”.

- Plataforma: website, Instagram, TikTok, Facebook e YouTube Shorts
- Audiência: global, com forte envolvimento entre utilizadores dos 18 aos 35 anos
- Foco dos conteúdos: futebol, modalidades olímpicas, competições femininas e histórias de atletas
- Tarefa: selecionar elementos visuais para a cobertura de uma grande final de campeonato feminino e para o perfil de uma atleta de destaque

Opções Visuais Disponíveis

- 1. Imagem em ação: atleta a correr em sprint, saltar, rematar, disputar a bola, servir ou competir com intensidade máxima
- 2. Celebração da equipa após vencer um jogo ou qualificar-se para uma final
- 3. Atleta a dar instruções táticas como capitã ou líder durante um jogo
- 4. Imagem de treino que mostra preparação, concentração e competência técnica
- 5. Retrato posado em equipamento desportivo com fundo neutro
- 6. Grande plano emocional após uma vitória ou derrota
- 7. Imagem cortada que se centra principalmente no corpo da atleta, em vez da ação desportiva
- 8. Imagem de lifestyle retirada das redes sociais, sem relação direta com a competição
- 9. Imagem de pódio ou cerimónia de medalhas
- 10. Imagem mista que mostra a atleta com treinador, colegas de equipa e contexto desportivo

Dados de Audiência

- As imagens em ação recebem taxas de cliques moderadas, mas geram forte envolvimento junto de seguidores focados no desporto.
- Os grandes planos emocionais recebem muitos cliques, mas podem incentivar um enquadramento limitado se forem utilizados sem contexto.
- As imagens com estilo de lifestyle podem ter bom desempenho nas redes sociais, mas correm o risco de desviar a atenção do desempenho atlético.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



- As publicações que mostram trabalho de equipa, liderança e celebração têm fortes taxas de partilha entre os públicos mais jovens.
- As imagens com um contexto desportivo claro têm maior probabilidade de ser reutilizadas por organizações parceiras e clubes.

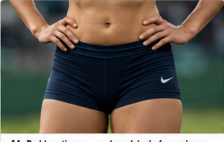
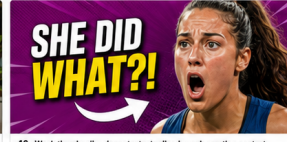
Restrições Editoriais

- Apenas uma imagem para a homepage pode ser selecionada.
- Apenas uma miniatura para redes sociais pode ser selecionada.
- A mesma atleta já foi coberta várias vezes com retratos posados.
- O editor quer que a publicação tenha um bom desempenho, mas a organização comprometeu-se com princípios de representação justa.

Tarefa para os Participantes

- Selecionar uma imagem para a homepage e uma miniatura para redes sociais.
- Escrever uma legenda curta ou texto de publicação para cada elemento visual selecionado.
- Explicar que elementos visuais rejeitaram e porquê.
- Identificar uma regra interna que melhoraria a seleção visual futura.

POWER Module 4 – Visual Scenario Pack

			
1. Action shot – footballer in full-speed play	2. Action shot – volleyball player spiking	3. Training focus – athlete practicing technique	4. Leadership – captain giving tactical instructions
			
5. Team celebration – teammates celebrating a win	6. Podium moment – athlete proudly holding a medal	7. Emotional close-up – authentic after victory or defeat	8. Coach + athlete context – in a sporting setting
			
9. Posed portrait – athlete in sports kit	10. Interview / media zone – post-match interview	11. Para-athlete action – wheelchair racer in motion	12. Power in motion – athlete in strong action
			
13. Passive image – athlete standing or sitting passively	14. Problematic crop – awkward, body-focused crop	15. Lifestyle image – off-field, aesthetic, non-competition	16. Weak thumbnail – decontextualized, weak sporting context

POWER MÓDULO 4 – Laboratório de Escolhas Visuais

Briefings Fictícios de Artigos e Campanhas para Trabalho de Grupo

Objetivo da formação: os participantes trabalham como equipas editoriais, de comunicação ou de redes sociais e seleccionam elementos visuais que representem as atletas de forma justa, profissional e poderosa. Cada grupo recebe um briefing e escolhe três elementos visuais do Pack de Cenário Visual: uma imagem para a homepage, uma imagem para redes sociais e uma miniatura.

Instruções para os Participantes

- Leiam o artigo fictício ou briefing de campanha que vos foi atribuído.
- Escolham uma imagem para a homepage, uma imagem para redes sociais e uma miniatura a partir do Pack de Cenário Visual.
- Utilizem a Checklist de Representação Visual para discutir se a imagem mostra desempenho, profissionalismo, relevância, dignidade, diversidade, agência, alinhamento com a legenda e adequação à plataforma.
- Preparem uma apresentação de grupo de 3–4 minutos, explicando as vossas escolhas e as opções rejeitadas.

Perguntas para Orientar a Vossa Decisão

- Porque escolheram este elemento visual?
- Que mensagem transmite sobre a atleta ou sobre o desporto feminino?
- Mostra desempenho, profissionalismo, liderança, competência, emoção ou contexto?
- O mesmo estilo visual poderia ser utilizado para um atleta masculino numa história semelhante?
- Que elementos visuais rejeitaram e porquê?
- Alterariam o corte, a legenda ou o formato antes da publicação?



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



Caso 1 – Antevisão da Final do Campeonato

Contexto	A vossa organização está a publicar um artigo de antevisão antes da final de um grande campeonato feminino de futebol. O artigo centra-se na intensidade da competição, na preparação tática e na liderança da capitã da equipa.
Público alvo	Fãs de desporto em geral, jovens dos 18 aos 35 anos e seguidores do futebol feminino.
Mensagem principal	O desporto feminino é competitivo, tático, profissional e entusiasmante.
Trabalho de grupo	Selecione uma imagem para a homepage, uma imagem para redes sociais e uma miniatura a partir do Pack de Cenário Visual.
Direção visual recomendada	Boas opções podem incluir ação, liderança, celebração da equipa, treino ou contexto treinador-atleta.
Desafio de discussão	O editor sugere utilizar um grande plano emocional porque pode gerar mais cliques. Decidam se isso é adequado para a história.
Tarefa de legenda	Escrevam uma legenda curta para a imagem de redes sociais selecionada.

Caso 2 – “Perfil da Atleta “Caminho para a Vitória

Contexto	Estão a preparar um artigo de perfil sobre uma atleta que se qualificou para uma competição internacional após anos de treino. O artigo aborda a sua modalidade, preparação, obstáculos e motivação.
Público alvo	Jovens atletas, famílias, clubes de base e organizações desportivas.
Mensagem principal	O sucesso é construído através de disciplina, treino, resiliência e competência.
Trabalho de grupo	Selecione uma imagem para a homepage, uma imagem para redes sociais e uma miniatura a partir do Pack de Cenário Visual.
Direção visual recomendada	Boas opções podem incluir foco no treino, ação, retrato posado, zona de entrevista/media ou momento de pódio.
Desafio de discussão	A atleta tem muitas imagens atrativas de lifestyle nas redes sociais. Decidam se estas apoiam a mensagem do artigo ou desviam a atenção do desempenho.
Tarefa de legenda	Escrevam uma legenda curta que enquadre a atleta através do desempenho e da conquista.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



Caso 3 – Mulheres em Liderança no Desporto

Contexto	Uma federação desportiva está a lançar uma campanha para destacar as mulheres como líderes no desporto. A história atribuída centra-se numa capitã de equipa que lidera jogadoras mais jovens durante os jogos.
Público alvo	Clubes desportivos, treinadores, jovens atletas, pais e seguidores da federação.
Mensagem principal	As atletas não são apenas performers; são líderes, decisoras e modelos de referência.
Trabalho de grupo	Selecione uma imagem para a homepage, uma imagem para redes sociais e uma miniatura a partir do Pack de Cenário Visual.
Direção visual recomendada	Boas opções podem incluir liderança, contexto treinador-atleta, celebração da equipa, zona de entrevista/media ou ação.
Desafio de discussão	Alguns elementos visuais mostram a atleta sozinha, enquanto outros mostram trabalho de equipa e comunicação. Decidam quais representam melhor a liderança.
Tarefa de legenda	Escrevam um slogan de campanha ou texto de publicação com um máximo de 20 palavras.

Caso 4 – Campanha de Visibilidade do Paradesporto

Contexto	A vossa organização está a criar uma campanha para aumentar a visibilidade das para-atletas. A campanha pretende evitar narrativas baseadas na pena e, em vez disso, focar-se na excelência atlética, preparação, velocidade, competição e profissionalismo.
Público alvo	Organizações desportivas, escolas, clubes, jornalistas e programas de desporto inclusivo.
Mensagem principal	As para-atletas devem ser representadas como atletas competentes, poderosas e competitivas.
Trabalho de grupo	Selecione uma imagem para a homepage, uma imagem para redes sociais e uma miniatura a partir do Pack de Cenário Visual.
Direção visual recomendada	Boas opções podem incluir para-atleta em ação, treino, momento de pódio, zona de entrevista/media ou poder em movimento.
Desafio de discussão	A vossa equipa quer utilizar um grande plano emocional porque parece “inspirador”. Decidam se isto reforça ou desafia estereótipos.
Tarefa de legenda	Escrevam uma legenda curta que evite a pena e se foque no desempenho desportivo.

Caso 5 – Relatório Pós-Jogo: Vitória e Emoção

Contexto	Uma equipa feminina acabou de vencer uma final importante. O vosso meio de comunicação está a publicar um relatório pós-jogo que inclui o resultado, os momentos-chave, o trabalho de equipa e as reações das jogadoras.
Público alvo	Fãs de desporto, adeptos do clube, patrocinadores e media locais.
Mensagem principal	A vitória foi conquistada através de trabalho de equipa, competência, pressão e determinação.
Trabalho de grupo	Selecione uma imagem para a homepage, uma imagem para redes sociais e uma miniatura a partir do Pack de Cenário Visual.
Direção visual recomendada	Boas opções podem incluir celebração da equipa, imagem em ação, momento de pódio, grande plano emocional ou zona de entrevista/media.
Desafio de discussão	A emoção faz parte do desporto, mas não deve ser o único enquadramento utilizado para as atletas. Decidam como equilibrar emoção com desempenho e contexto desportivo.
Tarefa de legenda	Escrevam um anúncio de resultado para as redes sociais.

Caso 6 – Campanha Digital: “Mostrar o seu Poder, Não a sua Pose”

Contexto	Estão a lançar uma campanha que incentiva as equipas dos media desportivos a escolher melhores elementos visuais das atletas. A campanha critica escolhas visuais passivas, decorativas, centradas no corpo ou descontextualizadas e promove ação, dignidade e desempenho.
Público alvo	Jornalistas, editores, gestores de redes sociais, clubes, federações e jovens criadores de conteúdos.
Mensagem principal	As escolhas visuais moldam a forma como o público valoriza as atletas.
Trabalho de grupo	Selecione uma imagem para a homepage, uma imagem para redes sociais e uma miniatura a partir do Pack de Cenário Visual.
Direção visual recomendada	Boas opções podem incluir imagem em ação, poder em movimento, liderança, para-atleta em ação ou celebração da equipa.
Desafio de discussão	Podem utilizar um elemento visual problemático como exemplo pedagógico, mas devem decidir se é adequado para promoção pública da campanha ou apenas para discussão em contexto de formação.
Tarefa de legenda	Escrevam uma publicação curta de campanha que explique claramente a mensagem.

Caso 7 – História de Modelo de Referência no Desporto Juvenil

Contexto	Uma organização desportiva local está a publicar uma história sobre atletas enquanto modelos de referência para raparigas e mulheres jovens. O artigo deve mostrar que o desporto desenvolve confiança, trabalho de equipa, liderança, disciplina e ambição.
Público alvo	Jovens atletas, pais, escolas, clubes locais e organizações comunitárias.
Mensagem principal	As raparigas e mulheres jovens devem ver atletas representadas como fortes, ativas, competentes e respeitadas.
Trabalho de grupo	Selecione uma imagem para a homepage, uma imagem para redes sociais e uma miniatura a partir do Pack de Cenário Visual.
Direção visual recomendada	Boas opções podem incluir ação, treino, liderança, celebração da equipa ou momento de pódio.
Desafio de discussão	A equipa está a considerar utilizar um retrato posado porque parece limpo e simples. Decidam se é suficientemente forte para uma história de modelo de referência ou se uma imagem mais ativa funcionaria melhor.
Tarefa de legenda	Escrevam uma legenda adequada a jovens.

Caso 8 – Desafio de Desempenho nas Redes Sociais

Contexto	Gerem as redes sociais de uma plataforma desportiva. As análises mostram que miniaturas dramáticas e grandes planos emocionais recebem mais cliques, enquanto imagens em ação recebem comentários mais fortes por parte de seguidores focados no desporto. Estão a preparar uma publicação sobre um jogo de campeonato feminino.
Público alvo	Audiências online dos 18 aos 35 anos, fãs ocasionais de desporto e seguidores existentes.
Mensagem principal	A publicação deve atrair atenção sem reduzir a atleta à aparência, à emoção ou ao clickbait.
Trabalho de grupo	Selecione uma imagem para a homepage, uma imagem para redes sociais e uma miniatura a partir do Pack de Cenário Visual.
Direção visual recomendada	Boas opções podem incluir ação, celebração da equipa, grande plano emocional com contexto, liderança ou poder em movimento.
Desafio de discussão	Equilibrem as métricas de envolvimento com a representação justa. Decidam que padrão mínimo deve orientar a escolha visual final.
Tarefa de legenda	Escrevam uma legenda curta que seja envolvente, mas não sensacionalista.

Modelo de Apresentação de Grupo

Cada grupo deve apresentar em 3–4 minutos utilizando a estrutura abaixo:

- Briefing atribuído: Em que artigo ou campanha trabalharam?
- Elementos visuais selecionados: Imagem para a homepage – Número visual ____; Imagem para redes sociais – Número visual ____; Miniatura – Número visual ____.
- Justificação: Porque escolheram estes três elementos visuais?
- Elementos visuais rejeitados: Que elementos visuais rejeitaram e porquê?
- Legenda ou texto de publicação: Leiam a vossa legenda, título ou texto de campanha.
- Regra interna: Sugiram uma regra interna que a vossa organização poderia utilizar no futuro ao escolher elementos visuais das atletas.

Exemplo de regra interna: “Não utilizar imagens de lifestyle ou centradas no corpo, a menos que estejam diretamente relacionadas com a história.”

Referências

- Council of Europe (2020). Recommendation CM/Rec(2020)5 on the promotion of equality between women and men in sport.
- European Commission (2022). Towards more gender equality in sport: Recommendations and action plan from the High-Level Group on Gender Equality in Sport.
- European Broadcasting Union (2021). Reimagining Sport: Pathways to Gender-Balanced Media Coverage.
- International Olympic Committee (IOC) (2024). Portrayal of women in sport media guidelines. Lausanne: IOC.
- POWER Project (2026). POWER Strategy & Guidelines for the Fair Portrayal of Women Athletes in Sports Media.
- POWER Project (2026). WP4 Guidelines for Development of Training Format.
- Sport New Zealand & Isentia (2021). Sports media and gender: Coverage, reporting and athlete portrayal in New Zealand sports news media.
- UN Women (2021). Sport for Generation Equality Framework.
- UNESCO & UN Women (2019). The Big Conversation: Handbook to address violence against women in and through the media.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



MÓDULO 5: Governança e Responsabilidade

Introdução

Este módulo centra-se no papel das organizações mediáticas, da liderança editorial e dos sistemas institucionais na promoção da igualdade de género. Introduz os participantes à importância das estruturas de governança, das políticas de igualdade, dos mecanismos de monitorização e das práticas de responsabilização nos ambientes mediáticos. O módulo enfatiza que a igualdade de género não pode depender apenas da consciência individual ou da boa vontade pessoal, exigindo compromisso organizacional, padrões claros e ação estratégica a longo prazo. Ao compreenderem como as culturas institucionais e os sistemas editoriais moldam as narrativas desportivas, os participantes são incentivados a refletir criticamente sobre as responsabilidades das organizações mediáticas na criação de práticas de comunicação inclusivas.

O objetivo de aprendizagem deste módulo é aumentar a consciência dos participantes sobre o papel que as organizações mediáticas desempenham na promoção da igualdade de género através de políticas, sistemas de monitorização e mecanismos de responsabilização. Os participantes irão explorar como as estruturas de governança influenciam a representação nos media desportivos e irão familiarizar-se com ferramentas organizacionais práticas que apoiam uma comunicação justa e equilibrada. O módulo também visa incentivar a reflexão crítica sobre a responsabilidade institucional e abordagens sustentáveis à igualdade no jornalismo e na comunicação desportiva.

Após a conclusão do módulo, espera-se que os participantes desenvolvam conhecimentos, competências e atitudes que apoiem práticas mediáticas mais sensíveis ao género e responsáveis. Irão compreender como os sistemas de governança e as políticas editoriais influenciam a representação de género nos media desportivos, bem como ganhar consciência das barreiras estruturais que reproduzem a desigualdade. Os participantes irão reforçar a sua capacidade de identificar ferramentas organizacionais práticas, como orientações de igualdade, indicadores de monitorização, auditorias editoriais e sistemas de responsabilização. Além disso, o módulo visa promover atitudes de responsabilidade, pensamento crítico, colaboração e compromisso com a promoção de uma representação inclusiva e respeitadora das atletas nos ambientes dos media desportivos.

Exercício/Método de Formação



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportistas de Portugal



Exercício Das boas intenções à responsabilidade: utilizar as ferramentas POWER para construir uma prática editorial com igualdade de género	
Resultados da Aprendizagem	<i>Qual é o objetivo final deste exercício? O que vou ensinar aos meus formandos?</i> No final deste workshop, os participantes serão capazes de compreender porque é que a igualdade de género nos media desportivos não pode depender apenas da consciência individual dos jornalistas, devendo ser apoiada por políticas organizacionais, padrões editoriais, sistemas de monitorização e mecanismos de responsabilidade. Os participantes irão aprender a utilizar ferramentas selecionadas da Estratégia e das Orientações POWER para avaliar práticas de igualdade de género dentro de uma organização mediática, redação, departamento de comunicação de uma federação desportiva ou equipa de conteúdos. Irão explorar como ferramentas práticas, como checklists de autoavaliação, indicadores de monitorização editorial, exercícios de enquadramento de histórias, auditorias visuais e ferramentas de acompanhamento da responsabilidade, podem ajudar a identificar lacunas e transformá-las em ações concretas. Como resultado final, os participantes irão criar uma breve “Mini Política Editorial de Responsabilidade” com base nas ferramentas POWER. Esta política deve incluir compromissos práticos, mecanismos de monitorização e ações de responsabilidade que possam ser aplicados de forma realista no seu contexto profissional.
Período Temporal	<i>De quanto tempo preciso para este exercício? O exercício será dividido em fases?</i> Duração total: 60 minutos Estrutura sugerida: 1. Introdução e enquadramento – 10 minutos 2. Diagnóstico com as ferramentas POWER: Onde está a lacuna? – 15 minutos 3. Trabalho de grupo: Construir uma Mini Política Editorial de Responsabilidade – 20 minutos 4. Apresentações – 10 minutos 5. Debriefing e avaliação – 5 minutos

Materiais

Que materiais vou precisar para este exercício?

O formador irá precisar de:

- Flipchart ou quadro branco
- Marcadores
- Notas adesivas
- Ficha de trabalho impressa ou digital: “Mini Política Editorial de Responsabilidade”
- Lista impressa ou projetada das cinco lacunas POWER
- Excertos impressos de ferramentas POWER selecionadas:
 - Checklist Geral de Autoavaliação (p. 18 da versão inglesa)
 - Checklist da lacuna de Governança e Responsabilidade (p. 21 da versão inglesa)
- Projetor ou ecrã, se disponível

Dimensão recomendada do grupo: 12–25 participantes.

Formato recomendado do grupo: pequenos grupos de 4–5 pessoas.



Co-funded by
the European Union



Descrição passo a passo

O que preciso de preparar para este exercício? Como imagino que este exercício vai decorrer? Existem possíveis lacunas no meu exercício? O que vai acontecer passo a passo?

Preparação antes do workshop

O formador prepara um cenário de caso simples para os participantes. Por exemplo: “Fazem parte da equipa editorial ou de comunicação de um meio de comunicação desportivo ou de uma federação desportiva. A vossa organização quer melhorar a representação justa das atletas, mas atualmente não existe uma política escrita de igualdade de género, não há monitorização da cobertura, não existem orientações internas, não há padrões visuais e não existe uma responsabilidade clara por verificar se as atletas são representadas de forma justa.”

O formador também prepara versões impressas ou digitais das ferramentas POWER. Cada grupo recebe versões impressas ou digitais das ferramentas POWER:

- *Checklist Geral de Autoavaliação (p. 18 da versão inglesa)*
- *Checklist da lacuna de Governança e Responsabilidade (p. 21 da versão inglesa)*

O formador também prepara uma ficha de trabalho com as seguintes secções:

1. Compromisso com a igualdade
2. Principal lacuna identificada utilizando a ferramenta POWER
3. Regras editoriais ou organizacionais
4. Mecanismo de monitorização
5. Pessoa ou equipa responsável
6. Ação de responsabilidade
7. Primeiro passo a implementar amanhã

Fase 1: Introdução e enquadramento – 10 minutos

O formador introduz brevemente o tema da governança e da responsabilidade nos media desportivos. A mensagem-chave deve ser que a igualdade de género não diz respeito apenas à sensibilidade individual ou às boas intenções. Também exige sistemas organizacionais.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



O formador explica que o projeto POWER identificou uma lacuna de governança e responsabilidade: muitas organizações mediáticas não têm políticas formais de igualdade de género, ferramentas de monitorização e mecanismos de responsabilidade. Como resultado, a representação justa depende frequentemente de jornalistas individuais, em vez de práticas institucionais estáveis.

O formador introduz a lógica de monitorização POWER: antes de as organizações poderem melhorar, precisam de identificar onde estão atualmente. É por isso que a Estratégia e as Orientações POWER incluem ferramentas práticas que ajudam os profissionais dos media a avaliar a visibilidade, o enquadramento, a representação visual, o planeamento editorial e a responsabilidade.

O formador pode introduzir a sessão com a frase:

“A visibilidade constrói a igualdade, mas a responsabilidade sustenta-a.”

De seguida, pede-se aos participantes que pensem individualmente durante um minuto sobre esta pergunta:

“De que precisaria a vossa organização para tornar a igualdade de género nos media desportivos mensurável, e não apenas aspiracional?”

O formador recolhe 3–4 respostas rápidas do grupo.

Fase 2: Diagnóstico com as ferramentas POWER – Onde está a lacuna? – 15 minutos

Os participantes são divididos em pequenos grupos. Cada grupo recebe o mesmo cenário de caso e as ferramentas POWER.

A tarefa consiste em utilizar as ferramentas POWER para identificar a principal fragilidade da organização fictícia.

Cada grupo identifica:

- uma lacuna principal;
- um risco se essa lacuna não for abordada;
- uma ação imediata de melhoria.

O formador pede então a cada grupo que coloque uma nota adesiva num flipchart sob um destes títulos:

1. Lacuna política
2. Lacuna de monitorização
3. Lacuna de prática editorial
4. Lacuna de representação visual
5. Lacuna de responsabilidade

Isto cria um diagnóstico partilhado da organização utilizando as ferramentas POWER.

Fase 3: Trabalho de grupo – Construir uma Mini Política Editorial de Responsabilidade – 20 minutos

Cada grupo utiliza agora os resultados do seu diagnóstico com a ferramenta POWER para criar uma política prática curta que possa ajudar a organização fictícia a passar das boas intenções para uma ação estruturada.

A política deve ser curta, realista e diretamente ligada à ferramenta que utilizaram. O formador deve enfatizar:

“Isto não é um documento legal. É uma ferramenta prática de trabalho que uma redação ou equipa de comunicação poderia começar a utilizar amanhã.”

Cada grupo completa a ficha de trabalho:

1. Compromisso com a igualdade
Exemplo: “O desporto feminino é coberto principalmente durante grandes eventos e não está incluído no calendário editorial regular.”
2. Três regras editoriais ou organizacionais
Exemplo: “O desporto feminino é coberto principalmente durante grandes eventos e não está incluído no calendário editorial regular.”
3. Três regras editoriais ou organizacionais
Exemplos:
 - Iremos incluir competições femininas no planeamento editorial semanal.
 - Iremos focar-nos no desempenho, na competência e na especialização, e não na aparência ou na vida privada.
 - Iremos utilizar imagens dinâmicas e profissionais das atletas.
 - Iremos incluir atletas, treinadoras e especialistas como fontes e comentadoras.
 - Iremos rever títulos e legendas antes da publicação utilizando uma checklist de linguagem inclusiva.
4. Um mecanismo de monitorização
Exemplos:



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportistas de Lisboa



- Revisão mensal da percentagem de cobertura do desporto feminino.
 - Revisão trimestral de títulos, imagens e fontes especializadas.
 - Utilização do Rastreador POWER de Igualdade de Género e Responsabilidade Editorial uma vez por ano.
 - Utilização da Revisão da Qualidade dos Conteúdos Visuais a cada seis meses.
 - Utilização de um dashboard simples para acompanhar a cobertura do desporto feminino e masculino por modalidade.
5. Pessoa ou equipa responsável
Exemplos:
- Coordenador editorial
 - Ponto focal para a diversidade
 - Gestor de comunicação
 - Gestor de redes sociais
 - Equipa rotativa de revisão editorial
 - Comité de igualdade ou grupo de trabalho interno
6. Uma ação de responsabilidade
Exemplos:
- Discutir os resultados da monitorização nas reuniões editoriais mensais.
 - Publicar um resumo anual ou interno do progresso em matéria de igualdade.
 - Rever conteúdos problemáticos e acordar ações corretivas.
 - Incluir indicadores de representação de género nos relatórios internos.
 - Organizar formação anual para a equipa com base nas Orientações POWER.
7. Primeiro passo a implementar amanhã
Exemplos:
- Adicionar o desporto feminino ao calendário editorial semanal.
 - Começar a contar histórias de desporto feminino e masculino durante um mês.
 - Utilizar a checklist POWER antes de publicar o próximo artigo ou publicação.
 - Designar uma pessoa para monitorizar a representação.
 - Criar uma pasta partilhada com bons exemplos de representação justa.



- Rever as últimas 10 publicações e classificá-las utilizando a checklist POWER de enquadramento ou visual.

Possível lacuna: os grupos podem criar declarações muito gerais ou abstratas.

Resposta do formador: perguntar, “Que ferramenta POWER vos ajudou a identificar isto?” e “O que faria exatamente a vossa organização na próxima segunda-feira?”

Possível lacuna: os participantes podem focar-se apenas no conteúdo e esquecer a governança.

Resposta do formador: perguntar, “Quem será responsável?” “Como será isto monitorizado?” e “Como será o progresso reportado?”

Possível lacuna: os participantes podem dizer que não têm poder de decisão.

Resposta do formador: convidá-los a identificar uma ação realista dentro da sua função, como propor uma checklist, levantar o tema numa reunião editorial ou iniciar um pequeno exercício de monitorização.

Fase 4: Apresentações – 10 minutos

Cada grupo tem 2 minutos para apresentar a sua Mini Política Editorial de Responsabilidade.

Cada grupo deve apresentar apenas:

1. A principal lacuna que identificou
2. O seu mecanismo de monitorização
3. A sua ação de responsabilidade

Após cada apresentação, o formador destaca brevemente um ponto forte e liga-o à abordagem POWER: ferramentas práticas, responsabilidade institucional, monitorização e progresso mensurável. O formador pode fazer uma pergunta rápida após cada apresentação: “Como é que esta ação ajudaria a organização a passar da boa vontade individual para a responsabilidade institucional?”



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



Debriefing e avaliação

Como posso avaliar se os objetivos de aprendizagem foram alcançados? Que tipo de perguntas posso fazer aos meus participantes?

O debriefing deve ajudar os participantes a relacionar o exercício com os seus contextos profissionais reais.

Perguntas de debriefing sugeridas:

1. Que ferramenta POWER foi mais útil para identificar a fragilidade da organização? Porquê?
2. O que foi mais fácil de definir: regras editoriais, ferramentas de monitorização ou ações de responsabilidade?
3. Qual é a diferença entre ter boas intenções e ter um sistema de responsabilidade?
4. O que pode acontecer se uma organização tiver orientações, mas não tiver um mecanismo de monitorização?
5. O que pode acontecer se uma organização monitorizar a igualdade de género, mas não discutir os resultados nem agir sobre eles?
6. Quem deve ser responsável pela igualdade de género numa organização mediática: jornalistas, editores, gestores, equipas de comunicação ou todos?
7. Que ferramenta POWER poderiam utilizar de forma realista no vosso próprio contexto profissional?
8. Que resistência pode surgir ao introduzir estas ferramentas e como poderia ser abordada?
9. Qual é uma ação concreta que poderiam realizar pessoalmente após esta formação?

Método de avaliação:

No final, cada participante completa um breve “bilhete de saída” com três frases:

- Uma coisa que compreendi melhor hoje é...
- Uma ferramenta POWER que poderia utilizar no meu trabalho é...
- Uma ação de responsabilidade que a minha organização deveria adotar é...

Isto permite ao formador avaliar se os objetivos de aprendizagem foram alcançados.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



Recomendações

1. Manter o workshop **prático** e evitar transformá-lo numa palestra teórica. O objetivo não é que os participantes desenhem uma política institucional perfeita, mas que compreendam como as ferramentas POWER podem ajudar as organizações a passar da consciência para uma ação mensurável.
2. Utilizar as **checklists POWER** como materiais de trabalho ativos, e não apenas como handouts. Os participantes devem aplicá-las a um caso, identificar lacunas e transformá-las em compromissos concretos.
3. Incentivar os participantes a **pensar a partir das suas funções profissionais reais**. Alguns participantes podem ser jornalistas, outros gestores de comunicação, estudantes, criadores de conteúdos ou técnicos de federações. Convide-os a adaptar as ferramentas ao seu próprio contexto.
4. Utilizar **linguagem clara e simples**. Termos como “governança” e “responsabilidade” podem parecer abstratos, por isso devem ser sempre associados a ações reais: quem decide, quem monitoriza, quem reporta, quem corrige e como o progresso é medido.
5. Recordar aos participantes que a responsabilidade não se trata de culpar indivíduos. Trata-se de **criar sistemas que ajudam as organizações a melhorar**, aprender e tornar-se mais consistentes no seu compromisso com a igualdade de género.
6. Se o tempo permitir, o formador pode encerrar a sessão convidando os participantes a **tirar uma fotografia da política do seu grupo** e a considerar utilizá-la como base para uma discussão interna na sua própria redação, federação, organização ou equipa de comunicação.
7. Para uma versão mais longa deste workshop, o formador pode pedir aos participantes que **apliquem as ferramentas POWER a exemplos reais de conteúdos mediáticos**, como títulos recentes, publicações nas redes sociais, fotografias ou relatórios de jogo. Isto permitirá ao grupo testar as ferramentas num contexto mais realista e desenvolver recomendações práticas de melhoria.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



NOME DA SESSÃO DO CASO DE ESTUDO	
“Não apenas um artigo”: Construir Responsabilidade numa Redação Desportiva	
Resultados da Aprendizagem	<i>O que devem os participantes aprender ou ser capazes de fazer após este exercício?</i> Após a conclusão deste exercício de caso de estudo, os participantes devem ser capazes de compreender como as decisões editoriais, as rotinas da redação e as políticas organizacionais influenciam a representação das atletas nos media desportivos. Irão aprender a identificar quando a desigualdade de género não é apenas um problema de conteúdo, mas também uma questão de governança e responsabilidade dentro de uma organização mediática. Os participantes serão capazes de analisar uma situação realista de redação e identificar lacunas relacionadas com o planeamento editorial, orientações sensíveis ao género, monitorização, representação visual, responsabilidade da liderança e transparência. Irão também praticar a aplicação de ferramentas práticas inspiradas nas Orientações POWER, como checklists de autoavaliação, revisão de conteúdos visuais, análise do enquadramento de histórias e acompanhamento da responsabilidade editorial. No final do exercício, os participantes devem ser capazes de propor medidas organizacionais concretas que possam ajudar uma redação a passar da boa vontade individual para uma prática mediática sistemática com igualdade de género.



Co-funded by
the European Union



União Federação
Esportivos de Lisboa



Resumo de caso de estudo

Sobre o que é o caso? Qual é a principal questão ou desafio?

O caso centra-se num meio de comunicação desportivo fictício, mas realista, chamado SportDaily. O SportDaily é uma plataforma desportiva online popular, com uma audiência forte e canais de redes sociais ativos. O meio apoia publicamente a igualdade de género e publica ocasionalmente histórias sobre atletas, especialmente durante grandes competições. No entanto, a sua cobertura diária continua fortemente dominada pelo futebol masculino, enquanto o desporto feminino raramente é incluído no planeamento editorial regular.

A principal questão surge quando o SportDaily publica um artigo sobre uma seleção nacional feminina de basquetebol que se qualificou para um campeonato europeu. Embora a conquista seja significativa, o artigo é curto, colocado numa posição pouco visível na homepage e ilustrado com uma fotografia passiva da equipa numa conferência de imprensa. O título diz: “As Meninas trazem alegria antes do grande torneio.” Em contraste, no mesmo dia, são publicadas várias histórias sobre transferências no futebol masculino com títulos fortemente centrados no desempenho, análise tática e imagens dinâmicas.

Após críticas nas redes sociais, o editor-chefe pede à redação para “ter mais cuidado da próxima vez”. No entanto, o meio não tem uma política escrita de igualdade de género, não possui uma checklist editorial interna, não tem um sistema para monitorizar o equilíbrio de género na cobertura e não existe uma pessoa claramente responsável por rever questões de representação. Alguns jornalistas argumentam que apoiam o desporto feminino, mas que não têm tempo, dados ou espaço editorial suficientes. Outros dizem que “a procura do público é baixa” e que a plataforma simplesmente segue os cliques.

O desafio para os participantes é analisar o caso não apenas como um artigo problemático, mas como um sinal de lacunas organizacionais mais profundas. Os participantes devem identificar o que correu mal, que mecanismos de governança e responsabilidade estão em falta e que passos práticos o SportDaily poderia introduzir para melhorar a representação justa das atletas de forma sustentável.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



Período Temporal	<i>Quanto tempo é necessário? Será dividido em fases?</i> Duração total: 60 minutos Fases sugeridas: 1. Introdução e leitura individual – 10 minutos 2. Análise em grupo utilizando ferramentas inspiradas na abordagem POWER – 20 minutos 3. Desenvolvimento de recomendações de responsabilidade para a redação – 15 minutos 4. Apresentações dos grupos – 10 minutos 5. Debriefing e avaliação – 5 minutos
Materiais	<i>Que materiais são necessários (texto do caso, flipchart, etc.)?</i> O formador irá precisar de: • Versão impressa ou digital do texto do caso de estudo • Flipchart ou quadro branco • Marcadores • Notas adesivas • Ficha de trabalho impressa: “Análise de responsabilidade do SportDaily” • Ferramentas inspiradas na abordagem POWER, impressas ou projetadas: ○ <i>Checklist Geral de Autoavaliação (p. 18 da versão inglesa)</i> ○ <i>Checklist da lacuna de Governança e Responsabilidade (p. 21 da versão inglesa)</i> • Opcional: exemplos impressos de títulos e imagens alternativos • Opcional: computador portátil ou projetor para apresentação dos grupos Dimensão recomendada do grupo: 12–25 participantes. Formato recomendado do grupo: pequenos grupos de 4–5 pessoas.

Descrição passo a passo	Como irá decorrer a atividade? (leitura, discussão em grupo, partilha de resultados) Preparação antes da sessão O formador imprime ou partilha o texto do caso de estudo e prepara a ficha de trabalho “Análise de responsabilidade do SportDaily”. A ficha de trabalho deve incluir as seguintes secções: 1. O que aconteceu? 2. Que estereótipos ou desigualdades são visíveis? 3. Que lacunas organizacionais estão por detrás do problema? 4. Como podem as ferramentas POWER ajudar a identificar a lacuna? 5. O que deve o SportDaily mudar imediatamente? 6. O que deve o SportDaily introduzir como mecanismo de responsabilidade a longo prazo? O formador deve também preparar as ferramentas POWER como handouts curtos. Fase 1: Introdução e leitura individual – 10 minutos O formador apresenta o caso e explica que os participantes devem analisá-lo como jornalistas desportivos, editores ou gestores de comunicação profissionais. O formador diz: “Este caso não diz respeito apenas a um título fraco ou a uma imagem inadequada. Diz respeito à forma como os sistemas da redação, as prioridades editoriais e a falta de responsabilidade podem produzir representação desigual repetidamente.” Os participantes leem o caso individualmente. Durante a leitura, sublinham ou anotam: • uma escolha editorial problemática; • uma fragilidade organizacional; • uma possível consequência para as atletas ou para as audiências. Após a leitura, o formador pede duas ou três reações rápidas ao grupo. Fase 2: Análise em grupo utilizando ferramentas inspiradas na abordagem POWER – 20 minutos Os participantes são divididos em pequenos grupos. Cada grupo recebe ferramentas POWER e identifica: • a principal lacuna no caso;
--------------------------------	--

- o risco se esta lacuna continuar;
- uma ação corretiva de curto prazo;
- um mecanismo de responsabilidade a longo prazo.

Fase 3: Desenvolvimento de recomendações de responsabilidade para a redação – 15 minutos

Cada grupo desenvolve três recomendações práticas para o SportDaily. As recomendações devem incluir:

1. Uma recomendação editorial
Exemplo: Substituir títulos infantilizantes por enquadramentos baseados no desempenho.
2. Uma recomendação de monitorização
Exemplo: Acompanhar mensalmente a proporção de género na cobertura desportiva.
3. Uma recomendação de responsabilidade
Exemplo: Designar um ponto focal para a diversidade ou uma equipa de revisão editorial responsável por verificar os padrões de representação.

Os grupos devem ser incentivados a ser realistas. O formador deve recordar-lhes que uma boa recomendação deve responder a:

- Quem irá fazê-lo?
- Quando irá acontecer?
- Como será medido?
- Como saberá a organização se houve progresso?

Exemplo de recomendação:

“O SportDaily deve introduzir uma revisão mensal do equilíbrio de género nas histórias desportivas da homepage. O editor digital irá acompanhar o número, a colocação e o tipo de histórias sobre atletas mulheres e homens. Os resultados serão discutidos na primeira reunião editorial de cada mês, e será acordada uma meta de melhoria para o mês seguinte.”

Fase 4: Apresentações dos grupos – 10 minutos

Cada grupo tem dois minutos para apresentar as suas conclusões.

Cada apresentação deve incluir:

1. O principal problema identificado
2. A ferramenta inspirada na abordagem POWER utilizada
3. Uma correção editorial imediata



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportistas de Lisboa



4. Um mecanismo de responsabilidade a longo prazo

O formador escreve os mecanismos de responsabilidade no flipchart e agrupa-os sob três títulos:

- Política
- Monitorização
- Responsabilidade

No final das apresentações, o formador destaca que a representação justa exige que estas três dimensões funcionem em conjunto.



Co-funded by
the European Union



Perguntas orientadoras

Que perguntas-chave irão apoiar a análise do caso?

O formador conduz uma breve discussão de reflexão que relaciona o caso com os contextos profissionais reais dos participantes.

O objetivo é ajudar os participantes a compreender que correções isoladas não são suficientes. A mudança sustentável exige sistemas organizacionais.

O formador pode utilizar as seguintes perguntas para apoiar a análise em grupo:

Compreender o problema

1. Qual é a principal questão no caso SportDaily?
2. O problema é apenas o título ou faz parte de um padrão editorial mais amplo?
3. Como é que o título “As meninas trazem alegria antes do grande torneio” enquadra as atletas?
4. Que mensagem transmite a colocação na homepage sobre o valor do desporto feminino?
5. Como é que a escolha da imagem afeta a perceção pública das atletas?

Analisar a governança e a responsabilidade

6. Que regras ou orientações internas parecem estar em falta?
7. Quem parece ser responsável pela igualdade de género na redação?
8. Existe alguma evidência de que o SportDaily monitoriza o equilíbrio de género na sua cobertura?
9. O que acontece quando não existe um mecanismo claro de responsabilidade?
10. Como poderia a redação evitar repetir o mesmo erro?

Aplicar ferramentas práticas

11. Que checklist inspirada na abordagem POWER ajudaria a identificar este problema?
12. Que indicadores poderia o SportDaily começar a acompanhar?
13. Como poderia o meio rever os seus títulos, imagens e colocação na homepage?
14. Que tipo de formação interna seria útil?
15. Como poderia o SportDaily tornar o progresso visível interna ou externamente?

Ligar à prática real

16. Já viram casos semelhantes nos media desportivos reais?
17. O que seria fácil mudar imediatamente?



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



- | | |
|--|--|
| | <p>18. O que exigiria apoio da liderança?</p> <p>19. Que resistência poderia surgir dentro da redação?</p> <p>20. Como poderiam jornalistas e editores responder ao argumento de que “o desporto feminino não gera cliques”?</p> |
|--|--|



Co-funded by
the European Union



União Federação
Esportivas de Cabaceiras



Debriefing e avaliação

Que perguntas irão ajudar os participantes a refletir e a estabelecer ligação com situações da vida real?

Como irá verificar se os resultados de aprendizagem foram alcançados?

O debriefing deve ajudar os participantes a passar da análise do caso para a reflexão profissional.

Perguntas de debriefing sugeridas:

1. Qual foi o problema mais evidente no caso?
2. Qual foi o problema organizacional menos visível por detrás dele?
3. Porque é que não basta simplesmente dizer aos jornalistas para “terem mais cuidado”?
4. Como pode a monitorização ajudar uma redação a compreender os seus próprios padrões de representação?
5. Como pode a responsabilidade proteger tanto os atletas como a credibilidade dos media?
6. Qual é a diferença entre um jornalista individual tentar fazer melhor e uma redação ter um sistema de igualdade de género?
7. Que recomendação do vosso grupo poderia ser introduzida de forma realista numa redação real?
8. Qual é uma ação que poderia ser implementada amanhã?
9. Qual é uma ação que precisaria do apoio da gestão?
10. Como podem os jornalistas desportivos contribuir para a mudança institucional, mesmo que não sejam gestores?

Método de avaliação:

No final, os participantes completam um breve bilhete de saída:

- Um problema de governança que agora consigo identificar é...
- Uma ferramenta inspirada na abordagem POWER que eu utilizaria é...
- Um mecanismo de responsabilidade que eu recomendaria é...

O formador pode verificar se os resultados de aprendizagem foram alcançados analisando se os participantes foram capazes de:

- identificar problemas tanto ao nível do conteúdo como ao nível organizacional;
- relacionar o caso com governança e responsabilidade;
- propor ferramentas práticas de monitorização;
- sugerir responsabilidades claras;
- formular ações de responsabilidade realistas.



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportivos de Lisboa



Recomendações

O formador deve incentivar os participantes a pensar como profissionais dentro de uma organização mediática real. O objetivo não é criticar um jornalista, **mas compreender como os sistemas editoriais podem criar padrões repetidos de desigualdade.**

É importante evitar transformar a discussão num **debate geral** sobre se o desporto feminino “vende” ou não. Se este argumento surgir, o formador pode redirecionar o grupo perguntando: “Que evidências tem a redação?” e “O meio proporcionou uma cobertura consistente e de elevada qualidade durante tempo suficiente para construir uma audiência?”

O formador deve também recordar aos participantes que a responsabilidade não se trata de punição. Trata-se de **criar um sistema profissional que apoia melhor jornalismo**, protege a credibilidade dos media e garante uma representação mais justa.

Se houver mais tempo disponível, o formador pode acrescentar uma **tarefa prática de reescrita**. Os participantes podem reescrever o título, sugerir um melhor briefing de imagem e redesenhar a colocação na homepage da história sobre a equipa feminina de basquetebol. Isto pode ajudar a ligar as discussões sobre governança à prática editorial concreta.

Para grupos avançados, **o formador pode pedir aos participantes que criem um plano de ação de um mês para o SportDaily**, incluindo indicadores, responsabilidades e prazos.

Referências

- POWER Consortium. (2026). POWER Strategy & Guidelines for the fair portrayal of women athletes in sports media (Deliverable D3.1 – Output 2 POWER, Grant Agreement No. 101185115). Erasmus+ Sport Programme.
- International Olympic Committee. (2024). Portrayal guidelines: Gender-equal, fair and inclusive representation in sport (3rd ed.). International Olympic Committee. <https://olympics.com/ioc/gender-equality/portrayal-guidelines>



Co-funded by
the European Union



União Europeia
Esportes de Lisboa



Isidorm
Tecnologia, Qualidade e Pátria

- European Commission, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture. (2022). Towards more gender equality in sport: Recommendations and action plan from the High Level Group on Gender Equality in Sport. Publications Office of the European Union.
[\[https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/684ab3af-9f57-11ec-83e1-01aa75ed71a1\]](https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/684ab3af-9f57-11ec-83e1-01aa75ed71a1)[\[https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/684ab3af-9f57-11ec-83e1-01aa75ed71a1\]](https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/684ab3af-9f57-11ec-83e1-01aa75ed71a1)
- European Institute for Gender Equality. (2019). Toolkit on gender-sensitive communication. European Institute for Gender Equality.
[\[https://eige.europa.eu/publications-resources/publications/toolkit-gender-sensitive-communication\]](https://eige.europa.eu/publications-resources/publications/toolkit-gender-sensitive-communication)[\[https://eige.europa.eu/publications-resources/publications/toolkit-gender-sensitive-communication\]](https://eige.europa.eu/publications-resources/publications/toolkit-gender-sensitive-communication)
- Council of Europe. (2019). Toolkit: How to make an impact on gender equality in sport – All you need to know. Council of Europe.
[\[https://rm.coe.int/all-in-toolkit-how-to-make-an-impact-on-gender-equality-in-sport-all-y/1680989ab2\]](https://rm.coe.int/all-in-toolkit-how-to-make-an-impact-on-gender-equality-in-sport-all-y/1680989ab2)[\[https://rm.coe.int/all-in-toolkit-how-to-make-an-impact-on-gender-equality-in-sport-all-y/1680989ab2\]](https://rm.coe.int/all-in-toolkit-how-to-make-an-impact-on-gender-equality-in-sport-all-y/1680989ab2)
- UNESCO. (2012). Gender-sensitive indicators for media: Framework of indicators to gauge gender sensitivity in media operations and content. UNESCO.
[\[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217831\]](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217831)[\[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217831\]](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217831)
- International Federation of Journalists, & World Association for Christian Communication. (2012). Learning resource kit for gender-ethical journalism and media house policy: Book 1 – Conceptual issues. International Federation of Journalists.
[\[https://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/Learning_Resource_Kit_Book_1_EN.pdf\]](https://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/Learning_Resource_Kit_Book_1_EN.pdf)[\[https://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/Learning_Resource_Kit_Book_1_EN.pdf\]](https://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/Learning_Resource_Kit_Book_1_EN.pdf)
- Arapi, E. (2021). Reimagining sport: Pathways to gender-balanced media coverage. Eurovision Sport / European Broadcasting Union.
[\[https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/strategic/open/Reimagining_Sport.pdf\]](https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/strategic/open/Reimagining_Sport.pdf)[\[https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/strategic/open/Reimagining_Sport.pdf\]](https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/strategic/open/Reimagining_Sport.pdf)
- UN Women, & International Olympic Committee. (2025). Toolkit for a sports ecosystem with a gender perspective. UN Women.



Co-funded by
the European Union



[\[https://knowledge.unwomen.org/en/digital-library/publications/2025/12/toolkit-for-a-sports-ecosystem-with-a-gender-perspective\]](https://knowledge.unwomen.org/en/digital-library/publications/2025/12/toolkit-for-a-sports-ecosystem-with-a-gender-perspective)[\[https://knowledge.unwomen.org/en/digital-library/publications/2025/12/toolkit-for-a-sports-ecosystem-with-a-gender-perspective\]](https://knowledge.unwomen.org/en/digital-library/publications/2025/12/toolkit-for-a-sports-ecosystem-with-a-gender-perspective)

- UNESCO. (2023). Sport and gender equality game plan: Guidelines for gender-transformative sport policies and programmes. UNESCO.
[\[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390527.locale=en\]](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390527.locale=en)[\[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390527.locale=en\]](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390527.locale=en)



Co-funded by
the European Union

