

# Poucas e silenciadas: a presença das mulheres no telejornalismo desportivo português durante o Euro 2024

**Caroline Patatt**Universidade da Beira Interior **Fábio Giacomelli**Universidade da Beira Interior **Tâmela Grafolin**Universidade da Beira Interior **Paulo Sérgio Nunes**Universidade da Beira Interior <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.103705>

Recebido: 30 de junho de 2025 • Aceite: 10 de setembro de 2025

**Resumo.** Este estudo analisa criticamente o espaço destinado à participação de jornalistas mulheres na televisão portuguesa durante a cobertura do Campeonato Europeu de Futebol Masculino - Euro 2024. Foram analisadas 20 edições de três programas especiais dedicados a este evento desportivo: *Noites do Euro*, da RTP 3; *Dia de Jogo*, da CNN; e *Diário do Euro*, da SIC Notícias. A metodologia adotada foi a Análise de Conteúdo categorial. Durante o período analisado, nenhuma jornalista apareceu na cobertura realizada dentro dos estádios ou centros de treinamento na Alemanha - local dos jogos - evidenciando uma lógica de exclusão dos espaços de maior centralidade jornalística no âmbito desportivo. Foi também relevante o fato de comentadores homens terem estado presentes em 100% dos programas gravados, enquanto a participação de comentadoras se restringiu a apenas 25%, exclusivamente em um canal (CNN), e com uma única profissional. A investigação vai além da mensuração numérica, propondo uma reflexão sobre a natureza da atuação das mulheres nos espaços analisados.

**Palavras-chave.** Género, desporto, telejornalismo desportivo, Euro 2024, análise de conteúdo.

## **EN Few and Silenced: The Presence of Women in Portuguese Sports Television Journalism during Euro 2024**

**Abstract.** This study critically analyzes the space allocated to the participation of female journalists on Portuguese television during coverage of Euro 2024. Twenty editions of three special programs dedicated to this sporting event were analyzed: Euro Nights, on RTP 3; Game Day, on CNN; and Diário do Euro, on SIC Notícias. The methodology adopted was content analysis. During the period analyzed, no female journalists appeared in the coverage inside stadiums or training centers in Germany, highlighting a logic of exclusion from the most important journalistic spaces in the world of sports. Also relevant was the fact that male commentators were present in 100% of the recorded programs, while female commentators represented only 25%, exclusively on one channel (CNN) and with a single female commentator. The research goes beyond numerical measurement, proposing a reflection on the nature of female participation in the spaces analyzed.

**Keywords.** Gender, sports, sports journalism, Euro 2024, content analysis.

**Cómo citar:** Patatt, C., Giacomelli, F., Grafolin, T., & Nunes, P.S. (2025). Poucas e silenciadas: a presença das mulheres no telejornalismo desportivo português durante o Euro 2024. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31(4), 931-952. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.103705>

## 1. Introdução

Nas primeiras décadas do século XX, a inserção das mulheres no universo desportivo esteve fortemente associada a práticas lúdicas e contextos festivos, como pondera Bonfim (2019). Mesmo após a consolidação do desporto como fenômeno social de massas, o espaço ocupado por elas enquanto atletas, dirigentes ou jornalistas foi demarcado por ausências, resistências e assimetrias.

No caso específico do jornalismo desportivo, tal presença foi, por muito tempo, invisibilizada (Hardin & Shain, 2005; Smucker *et al.*, 2003), e sua atuação, frequentemente, considerada uma exceção à norma. A marginalização não ocorreu por acaso. Como observaram Correia e Baptista (2007), a presença de mulheres nas redações foi, historicamente, entendida como não natural, sobretudo em áreas temáticas como o desporto, onde os códigos simbólicos reforçaram uma divisão de género persistente. Em Portugal, pesquisas recentes indicam que o jornalismo desportivo continua a ser um espaço fortemente masculinizado, com baixa presença de mulheres e poder limitado por parte daquelas que conseguem adentrar o campo (Martins & Cerqueira, 2018; Subtil & Silveirinha, 2017).

A esfera desportiva é uma das mais influentes e mobilizadoras do ecossistema mediático contemporâneo, com ampla capacidade de gerar identificação, fidelidade e paixões (Canavilhas & Giacomelli, 2015). Mais do que um espetáculo, o futebol tem funcionado como arena discursiva na qual se projetam disputas em torno de classe, raça e género (Januário *et al.*, 2020; Patatt & Bandeira, 2020; Rocha & Morais, 2021), evidenciam seu potencial para mobilizações sociais e reivindicações identitárias (Patatt & Sandes, 2025), mas também acabam por ofuscar problemas ao seu redor (Giacomelli & Morais, 2023).

Contudo, ao escolher quem ocupa o espaço de fala, seja em campo, seja diante das câmaras, a imprensa continua a reproduzir estruturas exclucentes. A cobertura mediática frequentemente perpetua lógicas de silenciamento ou subalternização das vozes das mulheres, reservando a elas posições de menor visibilidade, mesmo em contextos nos quais sua presença já está numericamente consolidada. Como alerta O'Brien (2014), culturas organizacionais marcadas por assimetrias de género contribuem para a evasão de mulheres jornalistas, especialmente quando o ambiente laboral é hostil ou pouco inclusivo.

Dante desse cenário, este estudo volta-se para a representação de mulheres jornalistas na cobertura de uma das mais importantes competições de futebol masculino do mundo: a 17ª edição do Campeonato Europeu - Euro 2024 - disputado na Alemanha. O estudo está centrado na presença televisiva em programas especiais apresentados por canais generalistas portugueses com direitos de transmissão do evento: *Noites do Euro*, da RTP, *Dia de Jogo*, da TVI/CNN, e *Diário do Euro*, da SIC. Foram analisadas 20 edições, com base nas técnicas da análise de conteúdo categorial propostas por Sampaio & Lycarião (2021).

A pergunta que orienta esta investigação é: «Existiu, de facto, um espaço de fala e protagonismo das mulheres na cobertura televisiva portuguesa do

Euro 2024, ou a presença delas ainda é periférica, sem agência narrativa no jornalismo desportivo?». Para além do supramencionado, o foco no evento se justifica pelo fato de o futebol ser o principal eixo da cobertura esportiva em Portugal, epicentro das narrativas televisivas e cuja centralidade se intensifica durante competições internacionais (Giacomelli & Morais, 2023).

Este estudo busca contribuir para o campo de modo não apenas a quantificar a presença das mulheres na cobertura de grandes eventos desportivos na televisão em Portugal e traçar um panorama atual da realidade em números, mas, sobretudo, problematizar a participação dessas profissionais, tendo em vista a natureza de suas atuações.

## 2. Mulher e desporto: questões de género

O afastamento das mulheres das práticas desportivas esteve historicamente alicerçado no suposto temor à masculinização corporal, considerada incompatível com a maternidade (Oliveira *et al.*, 2008). Nos tempos modernos e pós-modernos, tal argumento foi mobilizado, sobretudo, por regimes autoritários. O discurso vigente em Portugal durante o Estado Novo é um exemplo disso: «levar a mulher portuguesa para as práticas desportivas, onde, pela cultura física, os seus organismos revigoram, preparando-se para a sacrossanta missão de amanhã poderem ser mães de portugueses saudáveis e fortes» (Pimentel, 2001, p. 209). Em outras nações onde o processo ditatorial foi semelhante em termos de período e estruturação, como Brasil e Espanha, por décadas, a participação feminina em diferentes modalidades foi proibida - entre as quais o futebol, o atletismo, o polo, o râguebi e a pelota basca (Patatt *et al.*, 2025).

A própria fundação dos Jogos Olímpicos da Era Moderna reforçou a institucionalização do desporto como domínio masculino (Hargreaves, 2003). Pierre de Coubertin, idealizador dos Jogos Olímpicos, descrevia a atuação delas como «desinteressante, desajeitada e imprópria» (Nestler, 2021, p. 1), sendo que a inclusão feminina ocorreu apenas em 1928 e de forma limitada. Foi apenas em 2012, nos Jogos de Londres, após 116 anos e 30 edições, que as mulheres passaram a competir em todas as modalidades, com o boxe sendo o último a integrá-las.

Já nos Jogos de Paris, em 2024, foi alcançada uma inédita paridade na distribuição de vagas (50 % para cada sexo), com 28 das 32 modalidades atingindo igualdade plena. Vale destacar, ainda, a participação de atletas gestantes, o aumento do número de desportistas mães e a criação de um berçário para lactantes. Porém, os relevantes avanços e as expressivas conquistas desportivas não são suficientes para eliminar o expressivo hiato de género existente, tanto financeiro (Knight, 2025), quanto simbólico, manifestado inclusive através da desigual representação mediática (Patatt *et al.*, 2025; Sainz de Baranda, 2014; Stalberg, 2013). Trata-se de desigualdades entrelaçadas, que ainda encontram respaldo em normas sociais, que são as mesmas que sustentam o desporto como um território predominantemente masculino.

Nos dias atuais, mulheres e raparigas continuam a ser percecionadas como figuras excepcionais

nesse campo, como se ocupassem um espaço que não lhes pertence “naturalmente”, reforçando a ideia do desporto como uma atividade própria dos homens (Braumüller et al., 2020; Ozámiz-Lestón & López-Villar, 2022). Esta representação simbólica, amplamente difundida, contribui para que mulheres sejam tratadas como “forasteiras” em modalidades de alto prestígio. Como consequência, verifica-se um retardado desenvolvimento das mulheres em diversas modalidades, o que contribui para a reprodução de papéis de género historicamente pré-concebidos e que perpetuam assimetrias sociais mais amplas (Coakley, 1994).

Pode-se dizer que esta exclusão se inicia cedo, particularmente na adolescência, quando raparigas enfrentam barreiras sociais e identitárias que dificultam a continuidade da prática desportiva. Moreno-Vitoria et al. (2024), indicam uma percepção de inadequação corporal, a ausência de modelos de referência e os constrangimentos socioculturais sobre o que é considerado comportamento adequado para o sexo feminino contribuem para um abandono precoce de certas práticas desportivas. Özaydin (2022), ao analisar 18 países europeus, demonstra que as desigualdades entre mulheres e homens impactam o desempenho desportivo das mulheres de maneira distinta, dependendo do estereótipo associado à modalidade. Em desportos considerados femininos, como o voleibol, a desigualdade pode até favorecer os resultados, devido ao direcionamento social; já em modalidades percebidas como masculinas, como o futebol, observa-se uma limitação no acesso a recursos e visibilidade.

Paralelamente, Adelman (2004) argumenta que tais padrões operam de forma inconsciente, embora com efeitos significativos, uma vez que o desporto valoriza características físicas que contrastam com os estereótipos tradicionalmente atribuídos ao feminino. Nas palavras de Knijnik e Souza (2004): «o desporto parece ser o panorama ideal para que se reafirmem normas e tradições a respeito de como se comportar com o corpo, e das formas corporais e comportamentais adequadas de ser homem, ou mulher» (p. 192).

Whitehead e Biddle (2008) argumentam que, entre adolescentes, essa tensão manifesta-se em preocupações com a imagem corporal, o suor, a roupa e a maquilhagem, revelando que a prática física é muitas vezes percebida como incompatível com a feminilidade esperada. A pressão estética e o receio da marginalização social reforçam o afastamento precoce, mesmo entre aquelas com interesse desportivo. São lógicas que contribuem para o abandono precoce de carreiras promissoras por atletas mulheres, especialmente na adolescência, diante da incompatibilidade percebida entre os padrões exigidos e os socialmente aceitos para seus corpos (Melo et al., 2004). Em Portugal, essa disparidade é nítida: apenas 28% das atletas registadas em federações esportivas são mulheres, segundo relatório do Conselho da Europa (2025).

Mas esta exclusão também se verifica num panorama global, sobretudo nos cargos de liderança. Nos Jogos Olímpicos de Tóquio, em 2021, apenas 13% dos cargos técnicos e de gestão eram ocupados por mulheres (COI). Em Portugal, de 60 federações desportivas, apenas três são lideradas por

mulheres (IPDJ, 2023). E mesmo em países onde a projeção feminina é significativa em alguns desportos, a equidade não ocorre. É o caso do Brasil: Marta Vieira da Silva foi eleita seis vezes a melhor jogadora de futebol do mundo; porém, somente 2% dos cargos de direção nos clubes da primeira divisão do futebol pertencem a mulheres (Lucena & Barreiro, 2021). Esta ampla sub-representação relaciona-se diretamente à cobertura mediática insuficiente e enviesada do desporto praticado por mulheres, seja em volume ou qualidade (Bruce, 2016; Delorme & Pressland, 2016; Muñoz-Muñoz & Salido-Fernández, 2022) e soma-se à escassa presença delas no jornalismo desportivo.

### **3. Jornalismo desportivo em Portugal: das origens à presença das mulheres**

O jornalismo desportivo consolidou-se como uma das vertentes mais robustas e influentes da indústria da comunicação (Perreault & Nölleke, 2022). Em Portugal, ocupa posição central no cotidiano informativo, sustentando títulos especializados, programas de televisão e rádio, e mantendo expressiva presença nos pontos de venda e na programação audiovisual.

A solidificação do setor está ligada à emergência de publicações especializadas. Como indicam Alcoba López (1999, 2005) e Pinheiro (2010), não há jornalismo desportivo pleno sem periódicos que tematizem o desporto de maneira sistemática. As raízes da imprensa desportiva remontam ao século XIX europeu, com o *Journal des Haras* (França, 1828) e o *Sportman* (Inglaterra, 1852). Em Portugal, *O Velocipedista*, lançado em 1893, é reconhecido como a primeira revista dedicada ao ciclismo e ao *Club Velocipedista do Porto* (Pinheiro, 1996). O primeiro diário desportivo, *Diário de Sport*, surgiu apenas em 1924.

Com o tempo, o jornalismo desportivo tornou-se peça estratégica para os grupos de media, em razão da sua capacidade de fidelização de público e mobilização de investimentos publicitários. Segundo Marques de Melo (2003), os eventos desportivos mobilizam afetos, identidades e capital econômico, configurando-se como ativos mediáticos de elevada rentabilidade.

Todavia, esse percurso foi marcado por exclusões sistemáticas. O jornalismo desportivo permaneceu, durante décadas, como território masculino, com limitada abertura às mulheres – não apenas enquanto profissionais, mas também como fontes ou audiência validada. A pioneira foi Maria João Duarte, nos anos 1950 - a primeira mulher a escrever sobre desporto no país -, e, mais tarde, Leonor Pinhão foi quem conseguiu romper barreiras simbólicas ao integrar a equipe do jornal *A Bola*: em 14 anos de atuação obteve destaque na cobertura de futebol.

Outras profissionais continuaram a alcatroar esse caminho: Edite Soeiro, enviada especial aos Jogos Olímpicos de 1968; Edite Esteves, colunista de *A Capital*; Natália Oliveira, primeira apresentadora de programas desportivos na RTP; Cecília Carmo, com destacada atuação olímpica na TV pública; e Teresa Montserrat, na fotografia desportiva. Mais recentemente, Sofia Oliveira tornou-se a primeira mulher a comentar um jogo na rádio TSF (2022) e

Rita Latas, a primeira a narrar um jogo da Primeira Liga na televisão portuguesa (Observador, 2020), marcos que, embora recentes, evidenciam o longo percurso em busca da inclusão.

Contudo, a presença de mulheres não se traduziu em paridade estrutural. Os espaços de decisão e de prestígio seguem predominantemente ocupados por homens. Mesmo no jornalismo voltado ao desporto praticado por mulheres – frequentemente apresentado como porta de entrada para jornalistas mulheres (Schoch, 2022) –, a desigualdade é evidente. Carvalho (2024), ao analisar 454 matérias do jornal *Record*, verificou que 82 % das reportagens sobre futebol feminino tinham autoria de homens. Isso apesar do crescimento de 132 % no número de atletas federadas em uma década, com mais de 15 mil registadas ao final da temporada 2022/23 (PFO, 2024). Ademais, 73 % das matérias sobre modalidades praticadas por mulheres eram oriundas de agências, o que evidencia uma cobertura terceirizada e distanciada.

A ausência de autoria impacta na credibilidade e na relevância percebidas, como destacam Philips (2010), Danila *et al.* (2022) e Čelofiga & Tomažič (2023). E essa realidade não se limita a Portugal: jornalistas mulheres continuam sub-representadas e geralmente alocadas em coberturas de menor prestígio, enquanto reportagens de maior seriedade permanecem nas mãos de homens (Schoch, 2022). Como argumenta Cerqueira (2008, p. 712), «os textos e as imagens mediáticas ajudam a organizar os modos de compreensão das relações de género».

Nesse sentido, a presença das mulheres no jornalismo desportivo continua a ser percebida como exceção. Loureiro & Alves (2024) revelam que 61 % dos homens portugueses consideram estranho que profissionais associadas ao sexo feminino comentem futebol, e 47 % duvidam de seu conhecimento técnico. Essa percepção se articula à objetificação, entendida por Langton (2005) como a redução da mulher à aparência e/ou ao silenciamento de sua voz – forma de inclusão performática a serviço do espetáculo, como alerta Meirelles (2022):

[...] padrão de beleza muito alto, com roupas curtas e poucas falas [...] compelidas a garantir que estão sempre um passo à frente, fazendo mais pesquisas ou trabalho extra do que seus colegas, para que os críticos não caiam no estereótipo predominante de que as mulheres não entendem (ou, mais insidiosamente, deveriam entender) de esportes. (Meirelles, 2022, p. 60)

Dados recentes da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (julho de 2024) contabilizam 5.255 profissionais em Portugal, dos quais 2.177 são mulheres (41 %). Embora essa proporção sugira um avanço quantitativo, estudos demonstram que a presença delas no jornalismo desportivo continua desigual: em 2018, dos 456 jornalistas desportivos em atividade, apenas 68 (15 %) eram mulheres (Martins & Cerqueira, 2018). A distribuição por meios reforça a disparidade: rádio (3 mulheres / 28 homens), televisão (15 / 73) e imprensa escrita (37 / 230).

Portanto, o crescimento numérico não implica, necessariamente, em autonomia profissional, poder decisório ou liberdade expressiva. A inserção

das mulheres no jornalismo desportivo continua a demandar estratégias permanentes de resistência e negociação simbólica (Cerqueira, 2008), em uma lógica que vai ao encontro de Beard (2019) e Adichie (2015). Apesar de abordagens distintas, as autoras convergem ao analisar o espaço reservado às mulheres na sociedade contemporânea. O que acontece no jornalismo desportivo é uma das formas pela quais se apresenta a notória surdez quanto às vozes femininas: mesmo quando o conteúdo do discurso é idêntico, dá-se preferência ao homem, não por diferenças de tom ou projeção, mas pelo valor historicamente conferido ao emissor.

#### 4. Objetivos e metodologia

Com base na literatura apresentada, esta pesquisa tem como objetivo principal examinar a participação de jornalistas mulheres na cobertura esportiva realizada pelos canais generalistas de televisão portuguesa com direitos de transmissão durante o Campeonato Europeu de Futebol Masculino - Euro 2024. A competição foi realizada de 14 de junho a 14 de julho de 2024 e reuniu 24 seleções nacionais.

Dentre os objetivos específicos destacam-se:

- 1) Quantificar a presença de jornalistas mulheres durante a cobertura televisiva do Euro 2024 em canais generalistas portugueses;
- 2) Verificar se há, de facto, um espaço de fala e protagonismo das mulheres na cobertura televisiva portuguesa do Euro 2024;
- 3) Traçar um panorama crítico e atual no que tange à presença das mulheres na cobertura de grandes eventos na televisão generalista em Portugal, com vista à natureza de suas atuações.

A escolha dos canais generalistas, em detrimento dos especializados, justifica-se pela sua maior audiência em Portugal (CAEM, 2025). Também atingem um público mais heterogêneo e apresentam especificidades relevantes para esta investigação; como aponta Wolton (1996, p. 105), «os hábitos e obrigações da televisão generalista, para agradar a “todo o mundo”, conduzem à reprodução de estereótipos [...] A televisão generalista joga no certo, nos grandes fatores de identificação coletiva».

Para atingir o proposto, gravaram-se 20 edições de programas especiais destinados à cobertura do Euro 2024, exibidos nos canais RTP 3, CNN e SIC Notícias, nomeados, respectivamente, *Noites do Euro*, *Dia de Jogo* e *Diário do Euro*. As gravações ocorreram entre 8 de junho e 14 de julho de 2024, com início na primeira edição de cada programa – *Noites do Euro* em 14 de junho; *Dia de Jogo* e *Diário do Euro* em 8 de junho – e prosseguiram com as edições exibidas nos dias de jogos da seleção portuguesa e na data da final do campeonato. No total, foram gravadas sete edições de *Noites do Euro* (RTP 3), sete do *Diário do Euro* (SIC Notícias) e seis do *Dia de Jogo* (CNN), visto que este último não foi exibido no dia da final.

As datas selecionadas para a coleta da amostra foram definidas por representarem momentos-chave do torneio, os quais concentram maior atenção mediática e engajamento popular, de modo a oferecer um panorama mais representativo

e estratégico da cobertura jornalística ao longo da competição. Ou seja, a seleção da amostra foi guiada por um critério intencional, com foco nas edições de maior potencial informativo para análise da presença e do papel das jornalistas mulheres. A escolha pelas edições exibidas nos dias de estreia, nos jogos da seleção nacional e no encerramento do evento fundamenta-se na expectativa de maior visibilidade, mobilização simbólica e diversidade de conteúdos. Tal abordagem busca garantir um panorama robusto da atuação das mulheres nos espaços de maior projeção.

Interessa também ressaltar a natureza dos canais televisivos, os quais foram elencados pela similaridade de serem generalistas com direitos de transmissão, mas que também possuem diferenças marcantes:

A *Rádio e Televisão de Portugal (RTP)*, é a empresa de televisão pública portuguesa e iniciou as emissões regulares em 1957, onde já no ano seguinte transmitiu o primeiro jogo de futebol, entre Sporting e Áustria-Viena (RTP, 2010). Atualmente, o sistema reúne oito canais (*RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memória, RTP África, RTP Internacional, RTP Açores e RTP Madeira*). Na *RTP 1* – o principal deles e que ocupou em 2024 a terceira posição em termos de audiência televisiva em Portugal (CAEM, 2025) - foram transmitidos os jogos do Euro 2024, enquanto o programa especialmente destinado ao evento foi reproduzido na *RTP 3*. O *Noites do Euro* também foi disponibilizado na plataforma *RTP Play*, acessível via internet<sup>1</sup>.

Já a vice-líder de audiência é a *SIC* (CAEM, 2025), precursora na televisão privada em Portugal, tendo começado as emissões regulares em seis de outubro de 1992. Pertence ao grupo *Impresa*, que, em termos televisivos, reúne oito canais (*SIC, SIC Notícias, SIC Mulher, SIC Radical, SIC K, SIC Caras, SIC Internacional e SIC África*). Os jogos do Euro foram transmitidos no canal *SIC*, enquanto o programa *Diário do Euro* foi veiculado na *SIC Notícias*.

Como líder de audiência aparece a *TVI*, o segundo canal privado da história portuguesa, o qual iniciou as emissões regulares a 20 de fevereiro de 1993. Pertence ao grupo *Media Capital*, que detém cinco canais televisivos (*TVI, CNN Portugal, TVI Reality, TVI Ficção e V+*). As transmissões das partidas do Euro 2024 foram realizadas pela *TVI*, enquanto a apresentação do programa *Dia de Jogo* ficou a cargo da *CNN*, com exibições também pela internet, através do *TVI Player*<sup>2</sup>.

Foram consideradas as seguintes hipóteses:

- H1) De modo geral, o número de mulheres jornalistas presentes na cobertura de grandes eventos desportivos na televisão portuguesa permanece bastante inferior ao número de jornalistas homens nas mesmas condições.
- H2) Não há efetivo espaço de fala e condições igualitárias para o protagonismo de

jornalistas mulheres na cobertura televisiva portuguesa do Euro 2024.

- H3) A televisão pública portuguesa - neste caso, através do canal *RTP 3* - é o espaço com maior tendência a uma paridade participativa em termos de número e protagonismo das mulheres, haja vista sua natureza pública e o plano para a igualdade de género, lançado em 2022<sup>3</sup>.

No que tange especificamente à hipótese de número dois (H2), parte-se do princípio da utilização das mulheres nos media apenas como «ferramentas» (Langton, 2004, p. 285), com uma representatividade numérica que acaba por ofuscar a natureza e o propósito das ações. No contexto específico do futebol, a análise procura compreender se a atuação das mulheres está restrita a conteúdos de entretenimento e a espaços periféricos – como pontos de encontro de torcedores – em detrimento de áreas centrais do evento desportivo, como estádios e centros de treinamento.

Para testar as hipóteses e alcançar os referidos objetivos, a metodologia empregada foi a Análise de Conteúdo de cunho quantitativo:

[...] o exame sistemático e replicável de símbolos da comunicação, aos quais são atribuídos valores numéricos de acordo com regras de medida válidas, sendo, também, a análise de relações envolvendo esses valores usando métodos estatísticos, visando descrever a comunicação, gerar inferências sobre seus significados ou inferências sobre a comunicação em termos de seu contexto, produção e consumo. (Riffe et al., 2014, p. 19)

Dentro das abordagens possíveis, este estudo adota a Análise de Conteúdo Categorial, na qual a codificação dos dados «se dá pela aplicação de códigos contidos em categorias» (Sampaio & Lycarião, 2021, p. 46). As unidades amostrais e de análise são as 20 edições mencionadas, examinadas em sua integralidade.

A análise parte de um formulário de codificação estruturado, que depois foi transferido para planilha no Microsoft Excel, e conta com dez categorias principais: Canal/Programa; Data; Duração; Apresentação (pivô); Formato do Programa; Quantidade de Comentadores(as); Género dos(as) Comentadores(as); Formato das Notícias Apresentadas por Género; Temas das Notícias por Género; e Locais das Notícias por Género.

Para a categoria *Formato do Programa* foram consideradas três tipologias recorrentes no jornalismo desportivo: *mesa-redonda/debate* - com base nas definições de Boyle (2006), e Herbert Neto (2019); *telejornal*, em seguimento às características elencadas por Souza (2015); e *formato misto*, em uma combinação de debate e noticiário.

Já para a categoria *Formato das Notícias Apresentadas por Género*, com base na pré-análise e nas distinções de Rezende (2009), foram adotadas as seguintes subcategorias: direto, entrevista

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.rtp.pt/play/p13520/noites-do-euro>.

<sup>2</sup> Disponível em: <https://tviplayer.iol.pt/programa/diario-do-euro/60b5ffb30cf223efcbb3df9c>.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://cdn-images.rtp.pt/mcm/pdf/0e4/0e43b11ceb49480bfef5b02b75c472c1.pdf>.

em estúdio, boletim/falso vivo e reportagem. Quanto a *Temas das Notícias por Género*, a organização foi feita da seguinte forma: futebol - jogo; futebol - personagem; futebol - treino/prévia; futebol - torcida; futebol - bastidores. E quanto a *Locais das Notícias por Género*: estádio (parte interna); ponto turístico ou de interesse na cidade; centro de treinamento; ponto de encontro de torcedores; espaço de convívio; não se aplica - apenas narração.

Dito isso, é fundamental esclarecer o conceito de género adotado aqui e justificar a distinção proposta entre os sujeitos. Baseamo-nos em McDermott & Hatemi (2011), para quem sexo, género e orientação sexual são noções distintas, ainda que complementares – ou, nas palavras de Bourdieu (2002): “O mundo social constrói o corpo como realidade sexuada e como depositário de princípios de visão e de divisão sexualizantes” (p. 17).

Sexo é entendido como a categorização biológica em masculino e feminino, determinada pela anatomia reprodutiva e pelas características genéticas. Essa dualidade costuma permanecer estável, excepto em casos de pessoas intersexuais ou a partir da realização de intervenções cirúrgicas e hormonais (McDermott & Hatemi, 2011).

Género, embora possa ser compreendido de forma binária (McDermott & Hatemi, 2011), é aqui abordado de modo a abranger identidades transgénero, género-fluido, dentre outras expressões, num entendimento cada vez mais amplo sobre como os indivíduos sentem o corpo, as emoções e, evidentemente, as relações sociais conforme diferentes contextos culturais. É relevante ressaltar que uma definição não implica necessariamente na exclusão da outra, uma vez que: «‘Gênero’ tem suas raízes na junção de duas ideias importantes do pensamento ocidental moderno: a da base material da identidade e a da construção social do caráter humano» (Nicholson, 1999, p. 2).

Orientação sexual refere-se ao comportamento sexual, à auto-identificação e à atração afetiva, emocional e/ou sexual que uma pessoa sente por outras, ultrapassando a binariedade de sexo ou género (Cavarra et al., 2025; McDermott & Hatemi, 2011).

Considerando tais distinções, este estudo adota a diferenciação por género, partindo do projetado por profissionais de comunicação no contexto analisado. O formulário de codificação estruturado utiliza classificações binárias - homem e mulher - porque foram estas as categorias efetivamente observadas e descritas, em linha com os critérios de distinção de McDermott & Hatemi (2011), incluindo pronomes de tratamento e nomes próprios.

Todo o material necessário para garantir a replicabilidade e a compreensão das variáveis encontradas detalhado no Livro de Códigos (Anexo 1).

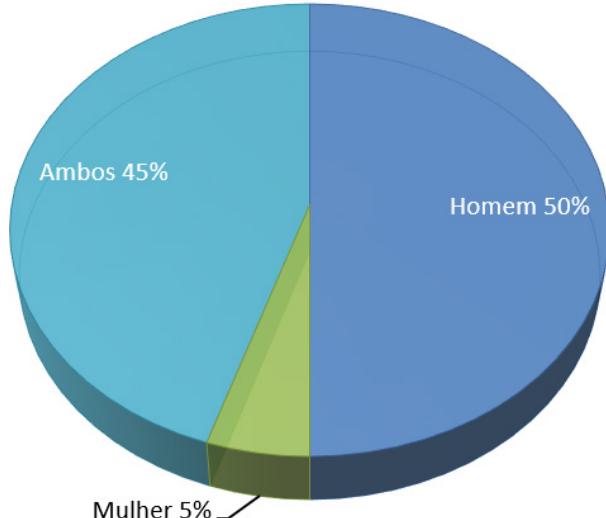
Para o tratamento estatístico e cruzamento das variáveis categóricas, recorreu-se ao software IBM SPSS, que permite o manuseio sistemático de dados e o teste de relações entre categorias, assegurando maior precisão e confiabilidade na interpretação dos resultados.

## 5. Resultados

Como ponto inicial, interessa ressaltar que 90 % dos programas analisados foram classificados

como *mistas*, ou seja, com características de telejornal e debate/mesa-redonda em simultâneo. Os 10 % restantes se referem à variável *telejornal*. Independentemente do formato, se constatou que a presença masculina predomina em todos os segmentos analisados, com pequenas diferenças entre os programas desportivos apresentados nos três canais escolhidos para esta investigação. A começar pela função de pivô.

Gráfico 1. Género(s) dos(as) pivôs presente nos programas analisados.



Fonte: elaboração própria

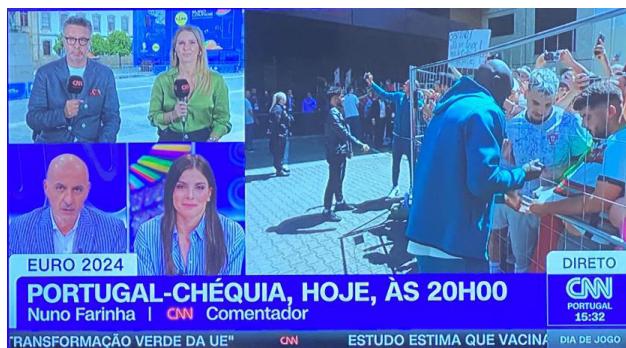
A definição *Ambos* (Gráfico 1) se refere aos programas que tiveram um homem e uma mulher a partilhar a apresentação, como os casos da CNN e na SIC Notícias, com 83,3 % e 57,1 % dos casos, respectivamente. Já na RTP 3 o fato não foi registado: 100 % dos programas foram apresentados por homens.

Os 20 programas analisados tiveram presença de comentadores(as) em estúdio; os profissionais homens estiveram em 100 % deles, enquanto as mulheres em apenas 25 %. A participação de comentadoras ficou restrita a uma única emissora de televisão, a CNN.

Em termos gerais, a maioria dos programas (30 %) teve quatro comentadores homens em estúdio, mas em 20 % das edições analisadas a contabilização foi de dez ou mais diferentes profissionais homens nessa função. Em compensação, nos programas que contaram com a presença de comentadoras mulheres, essa participação foi sempre de apenas uma profissional - e sempre a mesma, enquanto, dentre os homens, foram identificadas múltiplas variações.

Dentre os formatos de notícias (Gráfico 3), os diretos tiveram predominância (87 %), seguido por Reportagem (11,2 %), Entrevista em Estúdio (1,2 %) e Falso vivo/Boletim (0,6 %). Novamente, a presença de homens foi superior à de mulheres: 55,3 % contra 44,7 % respectivamente. Apesar de a diferença numérica não parecer tão expressiva em termos gerais, ela se mostra mais relevante quando o olhar se volta para termos específicos de cada emissora de televisão:

**Figura 1.** Sofia Oliveira – de azul – foi a única mulher a participar como comentadora dos 20 programas analisados.



Fonte: capturas de imagens do canal CNN

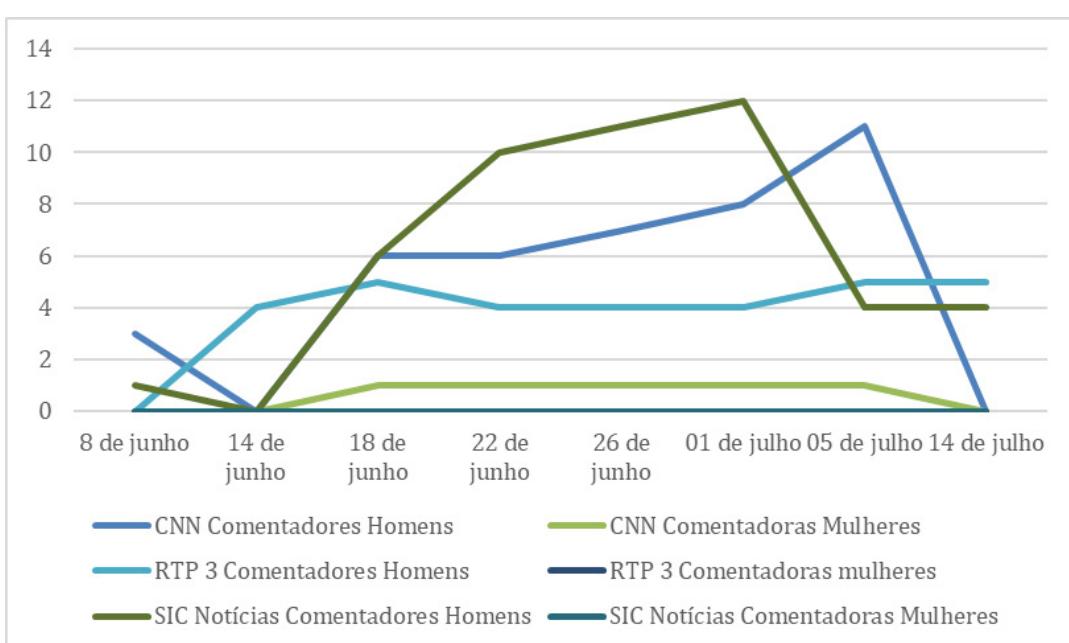
Na RTP 3, a presença de homens na produção de conteúdo foi quase três vezes maior do que a de mulheres. No percentagem geral em termos de género no que diz respeito ao programa *Noites do Euro*, exibido pela RTP 3, eles representam 91,7 %. E ainda em relação ao Gráfico 3, mesmo no canal CNN, onde os números mostram uma presença maior de mulheres na produção dos conteúdos, o tipo de material ao qual elas se relacionam tem considerável diferença na comparação com aquele produzido pelos homens. Eles foram os responsáveis por 75 % das notícias que tinham *jogo* como tema principal e por 83,3 % daquelas que se referiam a situações de treino ou prévia de jogo; em contrapartida, foram apresentados por mulheres 66,6 % dos conteúdos exibidos no programa Dia de Jogo, do canal CNN, referentes a ações de torcedores. No caso da SIC Notícias, nenhuma mulher tratou da temática *jogo* durante o período analisado; no canal RTP, houve apenas uma incidência, representando apenas 14,3 % do total verificado.

**Figura 2.** Homens dominaram o cenário na TV pública portuguesa nos dias de jogos da Seleção de Portugal.



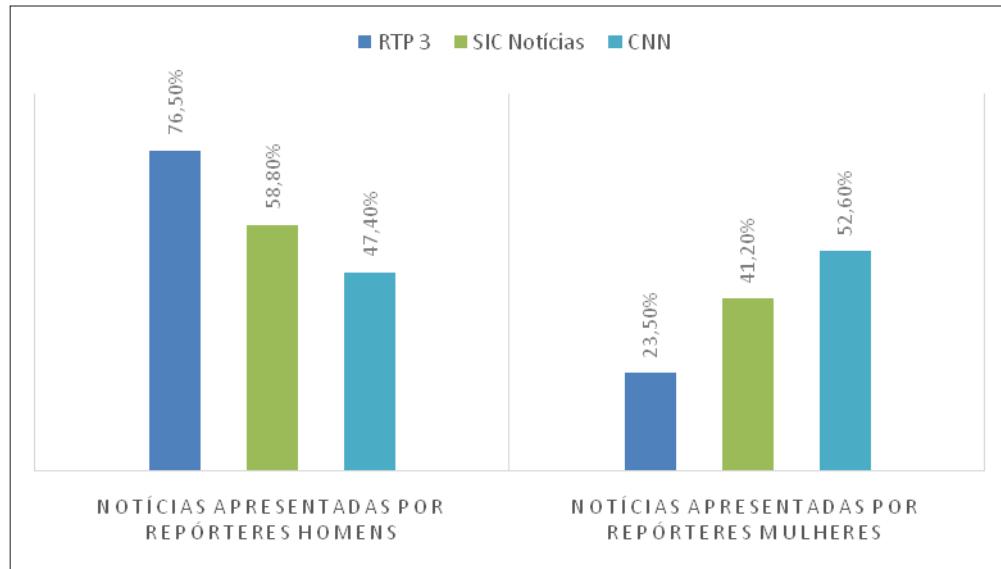
Fonte: capturas de imagens do canal RTP 3.

**Gráfico 2.** Frequência e quantidade de participação de comentadores(as) por género, data e emissora.



Fonte: elaboração própria.

Gráfico 3. Quantidade de notícias apresentadas por repórter de acordo com o género nas diferentes emissoras.



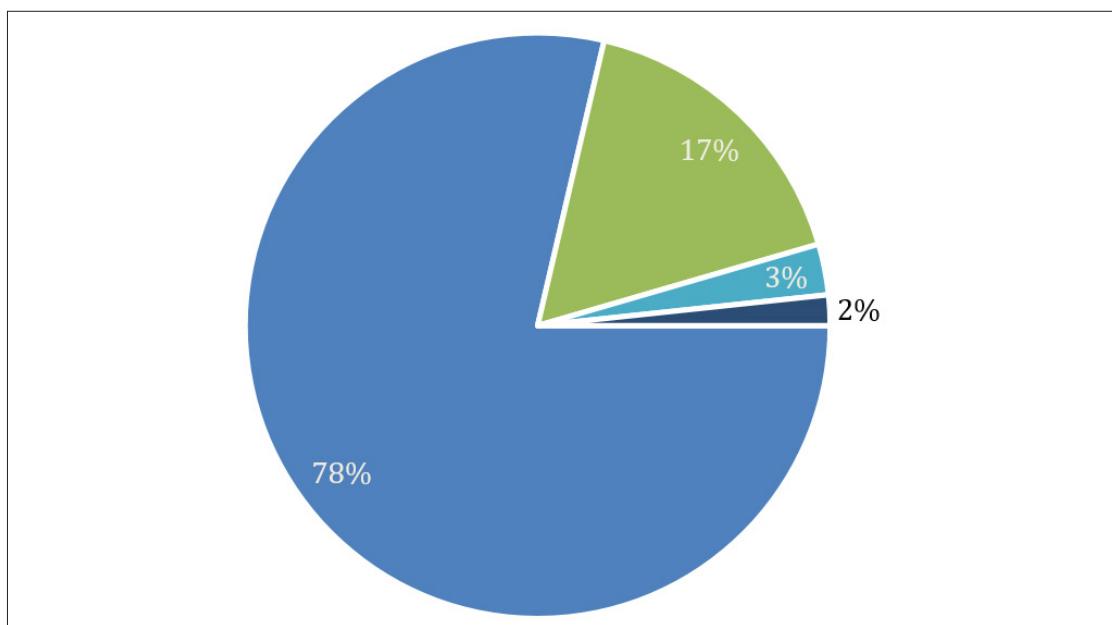
Fonte: elaboração própria.

A constatação de que às mulheres são delegadas pautas de cariz secundário em termos desportivos passa também pelos números referentes aos locais onde essas profissionais do jornalismo desportivo apareceram na maioria das vezes, em uma realidade que independe de canal. Em nenhum dos 20 programas analisados as mulheres apresentaram qualquer notícia da parte interna dos estádios ou centros de treinamento. Todas as entrevistas com atletas e com o treinador da seleção portuguesa foram feitas por homens. Nos conteúdos em que *jogo* era a temática, coube a elas apenas a narração dos materiais - e de outras

selecções que não a portuguesa - sem presença nos locais das partidas.

Recorda-se aqui que a referência *Local de interesse na cidade* diz respeito exclusivamente às cidades na Alemanha, país sede do Euro 2024. A variável foi considerada pela intenção em verificar se as jornalistas teriam sido deslocadas a fim de cobrir o evento - o que aconteceu apenas nos canais SIC Notícias e CNN - porém, a análise mostrou que mesmo nesses casos, a cobertura delas foi relacionada apenas a três situações: movimentação de torcedores fora do estádio, dados úteis sobre deslocamentos no dia do jogo e a parte

Gráfico 4. Locais onde foram registados conteúdos noticiados por mulheres no compilado entre os canais SIC Notícias, RTP 3 e CNN.



Fonte: elaboração própria

externa da concentração dos atletas portugueses - mais especificamente, o lado de fora do hotel.

Em termos gerais, chama especialmente a atenção os fatores verificados no canal RTP 3: mesmo sendo uma emissora pública de televisão, a presença das jornalistas mulheres em dias de jogo da Seleção portuguesa, ficou reduzida à cobertura do Euro 2024 fora dos estádios, focada em ações de torcedores(as) e apenas em Portugal - longe da Alemanha, onde ocorreram as partidas.

O compilado de imagens coletadas nas gravações do canal RTP 3 durante os dias em que os programas foram gravados para as análises (Figura 2), se relaciona aos dados quantitativos apresentados: apenas jornalistas identificados com o género homem atuando na emissora pública portuguesa como pivôs, comentadores - inclusive de arbitragem -, em diretos na parte interna dos estádios, entrevistas com atletas, e reportagens em situação de treino ou jogo estando presentes no local do evento.

## 6. Discussão e conclusões

A investigação demonstra que a cobertura televisiva do Euro 2024 pelos canais generalistas portugueses manteve um padrão de exclusão estrutural das jornalistas mulheres, tanto no plano quantitativo quanto na qualidade das funções atribuídas. A validação das hipóteses H1 e H2 confirma a presença reduzida e periférica destas profissionais, o que vai ao encontro dos achados anteriores, a exemplo de Martins e Cerqueira (2018) e Subtil e Silveirinha (2017), o que demonstra uma inexistência evolutiva no processo.

A refutação da hipótese H3, particularmente no caso da RTP, revela a falência de compromissos públicos assumidos em documentos oficiais como o Plano para a Igualdade de Género. A emissora pública portuguesa, que deveria funcionar como referência de pluralismo e equidade, foi precisamente aquela que menos integrou profissionais mulheres na cobertura analisada, expressando uma contradição entre discurso institucional e prática efectiva.

As evidências recolhidas mostram que nos contextos de maior visibilidade mediática, como a participação da Seleção portuguesa em competições continentais, os lugares de fala, análise e reportagem continuam a ser ocupados, na sua maioria, por jornalistas homens. A distribuição das tarefas jornalísticas evidencia um padrão que associa os homens aos espaços de prestígio técnico e simbólico, como os comentários em estúdio, os relatos ao vivo nos estádios e as entrevistas com atletas, enquanto as mulheres, quando presentes, são deslocadas para funções acessórias, frequentemente centradas em conteúdos de menor densidade informativa, como a cobertura de torcedores ou peças de apoio.

A realidade poderia ser interpretada sob a ótica exclusiva do desporto, tendo em vista a histórica associação com a masculinidade (Hargreaves, 2003), mas acaba por projetar-se em uma esfera mais ampla, no sentido apontado por autores e autoras como Beard (2019) e Adichie (2015), as quais traçam um paralelo entre surdez e silenciamento

às vozes das mulheres na sociedade, ainda que a forma e o conteúdo dos discursos sejam idênticos aos dos homens. Ou seja, o problema da sub-representação não se limita à presença numérica, mas diz respeito, sobretudo, às condições de participação; neste caso, a constatação é oriunda dos programas analisados, mas poderia se referir a diferentes segmentos da sociedade onde o mesmo acontece. E a visibilidade isolada de protagonismo e de autonomia editorial, encontrada nesta investigação, configura o que Faedo et al. (2024) denominam como «pseudo-progresso» no jornalismo desportivo, ou seja, uma inclusão simbólica que disfarça a permanência de estruturas exclucentes. Neste sentido, os resultados deste estudo alinham-se com investigações anteriores realizadas em Portugal e outros contextos (Bueno, 2018; Meirelles, 2022; Schoch, 2020; Subtil & Silveirinha, 2017), reforçando a ideia de que as desigualdades de género no jornalismo desportivo televisivo são sistemáticas, transversais e resistentes a mudanças pontuais.

Ao identificar estas dinâmicas, este trabalho reforça a necessidade de uma vigilância crítica sobre os meios de comunicação, em especial os que operam com financiamento público. A equidade de género na cobertura desportiva não pode ser tratada como um gesto simbólico ou uma concessão institucional, mas como uma responsabilidade ética e democrática. Persistir na exclusão de mulheres jornalistas, sobretudo nos espaços de decisão editorial e visibilidade estratégica, compromete o pluralismo informativo e contraria os compromissos assumidos no âmbito dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, nomeadamente a promoção da igualdade de género.

Os resultados encontrados evidenciam a persistência de uma lógica de género que continua a afastar as mulheres da cobertura desportiva na televisão generalista portuguesa. A presença delas surge como exceção, frequentemente tratada como um desvio da norma. Essa percepção de deslocamento encontra eco em Braumüller et al. (2020), ao mostrar que as mulheres seguem sendo vistas como forasteiras no campo desportivo, e em Ozámiz-Lestón e López-Villar (2022), que apontam para a recorrente representação de figuras que rompem com os códigos tradicionais da feminilidade como transgressoras ou não pertencentes. O jornalismo, assim, mais do que refletir essas exclusões, contribui para a sua manutenção simbólica (Cerqueira, 2008).

Como toda investigação delimitada a um evento específico e a um conjunto circunscrito de programas, este estudo comporta limitações. A escolha pelo Euro 2024 como objeto empírico visou explorar um momento de elevada visibilidade mediática e forte mobilização nacional, oferecendo um terreno propício para analisar as dinâmicas de género na cobertura jornalística. No entanto, o facto de se tratar de uma única competição, e de um período temporal limitado, impõe restrições quanto à generalização dos resultados. Ainda assim, estas limitações abrem caminhos férteis para investigações futuras. Seria possível, perante a visibilidade ampliada do Mundial de 2026, assistir a uma reorganização dos papéis atribuídos às jornalistas mulheres? Poder-se-á observar um movimento efetivo de

transformação, com maior presença delas nos locais de jogo, nas bancadas técnicas e nos estúdios centrais?

Estudos comparativos, entre outros países ou que se somem a este, poderão aprofundar estas questões, contribuindo para um mapeamento mais

robusto das condições de género no jornalismo desportivo televisivo. Ao fazê-los, poderão também explorar a intersecção entre género, classe, raça e identidade nacional, oferecendo uma visão mais complexa e interseccional das dinâmicas de exclusão e inclusão na produção noticiosa desportiva.

## 7. Contribuição dos autores

<b>Conceitualização</b>	Ideias; formulação ou evolução dos objetivos e metas gerais da investigação.	Autores 1, 2, 3 y 4
<b>Curadoria de dados</b>	Atividades de gestão destinadas à anotação (produção de metadados), depuração e manutenção dos dados da investigação (incluindo o código de software, quando necessário para a interpretação dos próprios dados) para utilização inicial e posterior reutilização.	Autor 1
<b>Análise formal</b>	Aplicação de técnicas estatísticas, matemáticas, computacionais ou outras técnicas formais para analisar ou sintetizar dados do estudo.	Autor 1
<b>Aquisição de financiamento</b>	Obtenção do apoio financeiro para o projeto que deu origem a esta publicação.	Autores 1, 2, 3 y 4
<b>Investigação</b>	Execução da investigação e do processo de recolha de dados/ evidências.	Autor 1, 2
<b>Metodologia</b>	Desenvolvimento ou conceção da metodologia; criação de modelos.	Autores 1, 2, 3 y 4
<b>Administração do projeto</b>	Responsabilidade pela gestão e coordenação do planeamento e execução da atividade de investigação.	Autor 1
<b>Recursos</b>	Fornecimento de materiais de estudo, reagentes, instrumentos, recursos informáticos ou outras ferramentas de análise.	Autor 1
<b>Software</b>	Programação, desenvolvimento de software; conceção de programas informáticos; implementação do código e dos algoritmos de apoio; teste de componentes de código existentes.	Autor 1
<b>Supervisão</b>	Responsabilidade de supervisão e liderança no planeamento e execução das atividades de investigação, incluindo a tutoria externa à equipa principal.	Autores 2 y 3
<b>Validação</b>	Verificação, seja como parte da atividade ou separadamente, da replicabilidade/reprodutibilidade geral dos resultados/experiências e de outros produtos da investigação.	Autores 2 y 3
<b>Visualização</b>	Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado, especificamente no que diz respeito à visualização/apresentação de dados.	Autores 1, 2 y 3
<b>Redação - Rascunho original</b>	Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado, especificamente a redação do rascunho inicial (incluindo a tradução substancial).	Autores 1, 2, 3 y 4
<b>Redação - Revisão e edição</b>	Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado pelos membros da equipa de investigação original, especificamente revisão crítica, comentários ou edição, incluindo as fases anteriores ou posteriores à publicação.	Autores 1, 2 y 3

## 8. Declaração sobre o uso da inteligência artificial

Foi utilizada para revisar o resumo escrito em inglês.

## 9. Referências bibliográficas

- Adelman, M. (2004). Mulheres atletas: re-significações da corporalidade feminina. *Estudos Feministas*, 11(2), 445–465. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2003000200006>
- Adichie, C. (2015). *Todos devemos ser feministas*. Publicações Dom Quixote.
- Alcoba López, A. (1999). *La prensa deportiva: tratamiento inédito sobre el género específico del deporte y cómo hacer una publicación deportiva ideal*. Instituto Universitario Olímpico de Ciencias del Deporte.
- Alcoba López, A. (2005). *Periodismo deportivo*. Editorial Síntesis.
- A Notícia. (2020, 10 de março). Pioneiras no jornalismo de desporto distinguidas pelo

Comité Olímpico. A Notícia. <https://anoticia.pt/2020/03/10/pioneiras-no-jornalismo-de-desporto-distinguidas-pelo-comite-olimpico/>

Beard, M. (2019). *Mulheres e Poder – Um manifesto*. Planeta do Brasil.

Bonfim, A. F. (2019). Football feminino entre festas esportivas, circos e campos suburbanos: Uma história social do futebol praticado por mulheres da introdução à proibição (1915-1941) [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora].

Boyle, R. (2006). *Sports journalism: context and issues* (1ª ed.). SAGE

Bourdieu, P. (2002). *A Dominação Masculina*. Bertrand.

Braümüller, B., Bürgi, P., Kohe, G. Z., & Bröhl, T. (2020). *Gender equality in sport – A fight for visibility: The case of women's football in Germany*. *Frontiers in Sociology*, 5, 578213. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2020.578213>

Bruce, T. (2016). New Rules for New Times: Sportswomen and Media Representation in the Third Wave. *Sex Roles*, 74(7-8), 361-376.

- Čelofiga, A. & Tomažič, T. (2023). Anonymous media sources & Sentiments: A case study of Slovenian newspapers. *Heliyon*, 9(12), e22934–e22939. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e22934>
- CAEM - Comissão de Análise de Estudos de Meios (2022). *Audiências - TOP 30 canais (shr%)*. <https://caem.pt/tv>.
- Canavilhas, J., & Giacomelli, F. (2015). O lugar do esporte na rádio: Estudo de caso no Brasil e em Portugal. *Revista Rádio-Leituras*, 6, 153-172. <https://periodicos.ufop.br/radio-leituras/article/view/82>
- Carvalho, G. (2024). A representação das mulheres no jornalismo desportivo [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra].
- Cavarra, R., Pepping, C., & Andersson, J. (2025). How Social Support Affirms Identity in LGBTQ Adults: A Qualitative Exploration. *Sexuality Research and Social Policy*. <https://doi.org/10.1007/s13178-025-01095-7>
- Cerdeira, C. (2008). As políticas da UNESCO para a igualdade de género nos media: 1977-2007. In M. L. Martins & M. Pinto (Orgs.), *Comunicação e Cidadania* (pp. 710-723). Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho. [https://www.researchgate.net/publication/277842559\\_As\\_politicas\\_da\\_UNESCO\\_para\\_a\\_igualdade\\_de\\_genero\\_nos\\_media\\_1977-2007](https://www.researchgate.net/publication/277842559_As_politicas_da_UNESCO_para_a_igualdade_de_genero_nos_media_1977-2007)
- Coakley, J. (1994). *Sport in society: Issues and controversies* (4<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill.
- Correia, F., & Baptista, C. (2007). *Jornalistas - do ofício à profissão: Mudanças no jornalismo português (1956-1968)*. Editorial Caminho.
- Danila, E., Schneider, J. M., & Rehm, G. (2022). Automatic Assessment of online content Credibility by Measuring the Adherence to journalistic Standards. Conference on digital Curation Technologies. <https://ceur-ws.org/Vol-3234/paper5.pdf>.
- Delorme, N., & Pressland, A. (2016). The visibility of female athletes: A comparison of the Sochi 2014 Winter Olympic Games coverage in French, British, and Spanish newspapers. *Sociology of Sport Journal*, 33(4), 317-333. <https://doi.org/10.1123/ssj.2016-0017>
- Faedo, N. I., Corrius, M., & Ginesta, X. (2024). Are Women Sports Journalists in Spain Truly Progressing or Facing “Pseudo-Progress”? *Journalism and Media*, 5(3), 1211-1227. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5030077>
- Ferreira, M. L. (2010). A mulher como “o outro” – a filosofia e a identidade feminina. In M. M. A. Jorge (Org.), *Porque nos interessa a Filosofia?* (pp. 73–92). Esfera do Caos.
- Galeano, Eduardo (1995). *Futebol ao Sol e à Sombra*. XXI Editores.
- Giacomelli, F., & Morais, R. (2023). Há Mundial no TikTok? Uma análise da cobertura dos media portugueses ao Mundial de Futebol 2022. *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, (60), 52–70. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i60.03>
- Giulianotti, R. (1999). *Football: A Sociology of the Global Game*. Polity Press.
- Gundlach, H. (2024). Public Broadcasting. In: Krone, J., Pellegrini, T. (eds) *Handbook of Media and Communication Economics*. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-39909-2\\_66](https://doi.org/10.1007/978-3-658-39909-2_66)
- Hardin, M., & Shain, S. (2005). Female sports journalists: Are we there yet? ‘No’. *Newspaper Research Journal*, 26(4), 22–35.
- Hargreaves, J. (2003). *Sporting females: Critical issues in the history and sociology of women's sports*. Routledge.
- Herbert Neto, H. (2019). Programas esportivos de mesa-redonda: a questão da autoridade em pauta no gênero televisivo (Mestre). Universidade Federal Fluminense.
- Januário, C., Pinhal, M. J., & Ribeiro, P. (2020). Futebol e género: Do acesso ao direito de jogar à construção de um modelo igualitário. *Revista Interações*, 36, 50–65.
- Khaitovich, K. (2023). The most popular sports in the world. *British Journal of Global Ecology and Sustainable Development*, 17, 92–95. <https://doi.org/10.1234/bjgesd365>
- Knight, B. (2025, maio). Lista Forbes 2025: os 10 atletas mais bem pagos do mundo. *Forbes*. <https://forbes.com.br/forbes-money/2025/05/lista-forbes-2025-os-10-atletas-mais-bem-pagos-do-mundo>
- Knijnik, J., & Souza, J. (2004). Diferentes e desiguais: Relações de gênero na mídia esportiva brasileira; In A. Simões & J. Knijnik (orgs). *O mundo psicossocial da mulher no esporte: comportamento, gênero, desempenho* (pp. 191–212). Aleph.
- Langton, R. (2005). Feminism in philosophy. In F. Jackson & M. Smith (Eds.), *The Oxford Handbook of Contemporary Philosophy* (pp. 231–257). Oxford University Press.
- Loureiro, M., & Alves, J. (2023). The growing importance of women in Portuguese football and in the sports press. In *International Conference on Gender Research* (pp. 208–217). Academic Conferences International Limited.
- Lucena, V., & Barreiro, H. (2021, 8 de março). Mulheres que integram cargos diretivos no futebol desafiam machismo na luta por espaço. Folha de Pernambuco.
- Marques de Melo, J. (2003). *Jornalismo opinativo: Gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. Mantiqueira.
- Martins, C., & Cerqueira, C. (2018). As jornalistas de desporto em Portugal: Minoritárias e com pouco poder. *Estudos em Comunicação*, 26(1), 1-17. <https://doi.org/10.20287/ec.n26.v1.a01>
- McDermott, R., & Hatemi, P. K. (2011). Distinguindo sexo e gênero. *PS: Ciência Política e Política*, 44(1), 89-92. <https://doi.org/10.1017/S1049096510001939>
- Meirelles, R. (2022). Sexismo no jornalismo esportivo: Como as mulheres jornalistas vivenciam e lidam com a cultura patriarcal organizacional do esporte [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal Fluminense]. <https://app.uff.br/riuff/bitstream/>
- Melo, G., Giavoni, A., & Tróccoli, B. (2004). Estereótipos de gênero aplicados a mulheres atletas. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 8(3),

- 251–256. <https://doi.org/10.1590/S0102-37722004000300006>
- Moreno-Vitoria, L., Cabeza-Ruiz, R., & Pellicer-Chenoll, M. (2024). *Factors that influence the physical and sports participation of adolescent girls: A systematic review*. *Apunts. Educación Física y Deportes*, 157, 19-30. [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2024/3\).157.03](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2024/3).157.03)
- Muñoz-Muñoz, A. M., & Salido-Fernández, J. (2023). Sesgos de género en las redes sociales de los medios públicos autonómicos: El caso del Twitter de @CSurNoticias. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 1–16.
- Nestler, U. (2021, 24 de março). Há 100 anos, jogos olímpicos femininos se tornavam realidade. Deutsche Welle. <https://www.dw.com/pt-br/h%C3%A1-100-anos-jogos-ol%C3%ADmpicos-femininos-se-tornavam-realidade/a-56965224>
- Nicholson, L. (1999). Interpretando o gênero. Tradução feita por L. Soares & C. Costa. *Estudos Feministas*, 8(2), 9–41. <http://www.jstor.org/stable/43596547>
- Özaydin, S. (2022). The impact of gender inequality on women's team sports – Evidence from Europe. *Athens Journal of Sports*. <https://www.athensjournals.gr/sports/2022-4606-AJSPO-Ozaydin-05.pdf>.
- O'Brien, A. (2014). "Men own television": Why women leave media work. *Media, Culture & Society*, 36(8), 1207-1218. <https://doi.org/10.1177/0163443714544868>
- Observador. (2020, 4 de dezembro). Jornalista da Sport TV que fez flash de Jesus na Madeira vai ser a primeira mulher a narrar um jogo da Primeira Liga. Observador. <https://observador.pt/2020/12/04/jornalista-da-sport-tv-que-fez-flash-de-jesus-na-madeira-vai-ser-a-primeira-mulher-a-narrar-um-jogo-da-primeira-liga/>
- Oliveira, G., Cherem, E., & Tubino, M. (2008). The historical insertion of women in sport. *Revista Brasileira Ciência e Movimento*, 16(2), 117-125.
- Ozámiz-Lestón, M., & López-Villar, J. (2022). *Features of femininity: Sportswomen in the Spanish sporting press (1893–1923)*. *Sport in History*, 42(3), 289–307. <https://doi.org/10.1080/17460263.2021.2008991>
- Patatt, C. & Bandeira, G. (2020). Paixão e representatividade: a percepção dos torcedores brasileiros quanto às campanhas sociais dos clubes nacionais de futebol. *Culturas Midiáticas*, 13(2), 261-279. <https://doi.org/10.22478/ufpb.1983-5930.2020v13n2.55492>.
- Patatt, C., Cabral, M., & Cerqueira, C. (2025). Motherhood in the Olympic context: An analysis of news published on the most accessed sports websites in Brazil and Spain. *Communication & Sport*. <https://doi.org/10.1177/21674795251345054>.
- Patatt, C. & Sandes, J. (2025). Football is Politics: Analyzing Public Emotions in Neymar Jr.'s Case and PEC das Praias Through the Instagram Accounts of Folha de S. Paulo and O Globo Newspapers. *Journal of Sport and Social Issues*, 1-24. <https://doi.org/10.1177/01937235251337083>.
- Perreault, G. & Nölleke, D. (2022). What is sports journalism? How covid-19 accelerated a redefining of U.S. Sports Reporting. *Journalism Studies*, 23(14), 1860-1879. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2022.2117237>
- Pimentel, F. (2001). *História das Organizações Femininas do Estado Novo*. Temas e Debates.
- Pinheiro, F. (2006). A Europa e Portugal na imprensa desportiva (1893-1945). Edições MinervaCoimbra.
- Pinheiro, F. (2010). *A história da imprensa desportiva em Portugal*. Edições Afrontamento.
- Philips, M. G. (2010). Sports journalism: Professionalism, ethics and sport. In A. Billings (Ed.), *The Routledge Handbook of Sport and New Media* (pp. 45–56). Routledge.
- Portugal Football Observatory. (2024). O futebol feminino em Portugal. <https://portugalfootballobservatory.fpf.pt/Content.aspx?id=486>
- Rezende, G. (2009). Gêneroseformatosjornalísticos na televisão brasileira. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, PR, 4-7 de setembro de 2009. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/r4-2902-1.pdf>
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203551691>
- Rocha, F., & Morais, R. (2021). O papel do futebol no combate às desigualdades e na afirmação do papel da mulher: Uma análise das estratégias de comunicação dos clubes de Portugal e Brasil no Dia Internacional da Mulher. *Interações: Sociedade e as Novas Modernidades*, 41, 68-93. <https://hdl.handle.net/10216/143866>
- RTP (2010). Primeiro jogo de futebol transmitido pela RTP. *RTP Desporto*. [https://www.rtp.pt/noticias/futebol-nacional/primeiro-jogo-de-futebol-transmitido-pela-rtp\\_v317871](https://www.rtp.pt/noticias/futebol-nacional/primeiro-jogo-de-futebol-transmitido-pela-rtp_v317871).
- Sainz de Baranda, C. (2014). El Género de los protagonistas en la Información Deportiva (1979-2010): Noticias y titulares. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2). [https://doi.org/10.5209/rev\\_esmp.2014.v20.n2.47062](https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2014.v20.n2.47062)
- Sampaio, R. C., & Lycarião, D. (2021). Análise de conteúdo categorial: Manual de aplicação. Enap (Escola Nacional de Administração Pública).
- Schoch, S. (2022). The gender of sports news: Horizontal segregation and marginalization of female journalists in the Swiss press. *Communication & Sport*, 10(4), 746-766. <https://doi.org/10.1177/2167479520951162>
- Smucker, M. K., Whisenant, W. A., & Pedersen, P. M. (2003). An investigation of job satisfaction and female sports journalists. *Sex Roles*, 49, 401-407.
- Souza, J. (2015). *Gêneros e Formatos Na Televisão Brasileira*. Summus Editorial.
- Subtil, F., & Silveirinha, M. J. (2017). Caminhos da feminização da profissão de jornalista em Portugal: Da chegada em massa à desprofissionalização. In J. N. Matos, C. Baptista, & F. Subtil (Orgs.), *A crise do jornalismo*

- em Portugal (pp. 122–133). <https://hdl.handle.net/10400.21/6780>.
- Tracey, M. (2015). Public broadcasting. In J. D. Wright (Ed.), International encyclopedia of the social & behavioral sciences (2nd ed., pp. 526–530). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.95060-8>.
- TVI. (2022, 29 de julho). Sofia Oliveira foi a primeira mulher a comentar um jogo na TSF. <https://tvplayer.iol.pt/programa/>
- dois-as-10/5fe219a40cf2cc9de7ef9590/video/62e3a7f20cf2ea367d47913e
- Whitehead, S., & Biddle, S. (2008). Adolescent girls' perceptions of physical activity: A focus group study. *European Physical Education Review*, 14(2), 243–262. <https://doi.org/10.1177/1356336X08090708>
- Wolton, D. (1996). Elogio do grande público: Uma teoria crítica da televisão. Ática.

**Caroline Patatt.** Caroline Patatt é bolsista da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) em Portugal e doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior (UBI - Portugal), onde integra o LabCom - Comunicação e Artes. Na mesma instituição, obteve o grau de mestre em Jornalismo e foi uma das fundadoras do LACED - Laboratório de Comunicação e Estudos do Desporto. É especialista em Jornalismo Esportivo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS - Brasil), área na qual desenvolveu grande parte da sua trajetória profissional, com ênfase na televisão e na cobertura de grandes eventos internacionais. Atualmente, concentra a sua investigação nessa mesma área, com foco na intersecção entre media, género e desporto. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2836-7915>

**Fábio Giacomelli.** Fábio Giacomelli é Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (UBI), onde atua como investigador associado ao LabCom - Comunicação e Artes. Integra o Observatório de Comunicação Móvel e Inteligência Artificial (OBIACOM) e é um dos fundadores do LACED - Laboratório de Comunicação e Estudos do Desporto. A sua investigação centra-se nos impactos da tecnologia no jornalismo, com ênfase em dispositivos móveis, inteligência artificial, jornalismo imersivo, redes sociais e desporto. Integra, ainda, a comissão organizadora do JDMIA - Congresso Internacional de Jornalismo para Dispositivos Móveis e Inteligência Artificial desde 2016. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3261-0041>

**Tâmela Grafolin.** Tâmela Grafolin é Jornalista (UNIPAMPA) e Mestra em Jornalismo pela Universidade da Beira Interior (UBI). Doutora em Ciências da Comunicação também pela UBI, onde atua como investigadora associada ao LabCom. Integra também o Grupo de Pesquisa em Cultura, Mídia e Política da Universidade de Brasília (UnB). A sua investigação centra-se no jornalismo televisivo, com especial enfoque nos critérios de noticiabilidade e na cobertura jornalística em saúde. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0953-1348>

**Paulo Sérgio Nunes.** Paulo Sérgio Nunes é licenciado em Ciências da Comunicação – Jornalismo pela Universidade do Porto (Portugal). Aluno do mestrado em jornalismo na Universidade da Beira Interior (Portugal), atua como jornalista desportivo, com seis anos de experiência em coberturas no âmbito do futebol. Desenvolve investigação nas áreas sociais do jornalismo desportivo, com especial interesse em temas como a desigualdade de género na cobertura jornalística do futebol. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5129-7723>

Universidade da Beira Interior  
 Livro De Códigos  
 Instruções para aplicação das técnicas  
 relacionadas ao método Análise de Conteúdo  
 na amostra coletada para o artigo: **Poucas e silenciadas: a presença feminina no telejornalismo desportivo português durante o Euro 2024.**

Caroline Patatt  
 Fábio Giacomelli  
 Tâmela Grafolin  
 Paulo Sérgio Nunes  
 Covilhã  
 2025

## Introdução

Este Livro de Códigos é destinado a orientar a aplicação das técnicas de Análise de Conteúdo Categorial, de modo a atingir os objetivos propostos na investigação: **Poucas e silenciadas: a presença feminina no telejornalismo desportivo português durante o Euro 2024.** A metodologia completa está detalhada no capítulo “Metodologia” do referido estudo.

## Amostra

São analisados os seguintes programas de televisão exibidos em Portugal no ano de 2024, durante o Campeonato Europeu de Futebol Masculino: *Noites do Euro*, da RTP 3; *Dia de Jogo*, da CNN; e *Diário do Euro*, da SIC Notícias. As vinte gravações foram realizadas entre 8 de junho e 14 de julho de 2024.

## Instruções para a codificação

Os programas devem ser analisados na totalidade, do início ao fim. Comece pelos dados gerais e, posteriormente, siga para as especificidades.

Sugere-se que, ao final, caso sejam encontradas novas variáveis (a partir da constatação de “outro” na planilha, devidamente identificadas), que estas sejam transformadas em novas variáveis codificáveis ao final do processo.

As características que definem as variáveis *Telejornal*, *Mesa-redonda/debate* e *Misto*, referentes à categoria *Formato do Programa*, estão presentes no capítulo “Metodologia”, do referido estudo.

A contagem nas categorias que se referem a *Formato das Notícias com Repórter* – nomeadamente as de número nove a 16 – inclui as notícias apenas com narração, ou seja, sem presença visual; porém, excluem os casos em que nenhum tipo de presença evidente é registada, como, por exemplo, um direto em que o apresentador tem sua fala

apenas coberta por imagens. Ressalta-se também que apenas os formatos *entrevista em estúdio*, *boletim (falso vivo)*, *ao vivo* e *reportagem* foram incluídos como categorias por terem sido os únicos verificados na análise, durante o preenchimento do formulário. Especificamente no que tange às entrevistas em estúdio – categorias nove e dez – importa salientar que o(a) entrevistado(a) não faz parte da equipe de comentadores(as) do programa, não participa do debate, ou seja, a característica da entrevista, que se estabelece através de perguntas e respostas, está bastante pronunciada e evidente na diferenciação.

No que tange ao tema – categorias 17 a 26 – a menção é feita apenas ao futebol porque tratando-se de programas especiais voltado ao Euro 2024, este foi o único desporto abordado. Em termos específicos, cabe informar que os registos a *bastidores* – categorias 21 e 26 –, tanto no futebol quanto em outros desportos, se direcionam a situações como trocas de técnicos, contratações, dispensas, entre outras. Já as notícias sobre particularidades de atletas – a exemplo das reportagens especiais sobre trajetórias, início de carreira, etc. – devem ser enquadradas nas categorias 18 e 23, de acordo com o género de quem a(s) desenvolve.

Nas categorias relacionadas a Local – 27 a 42 – o foco está no lugar onde a(o) repórter aparece em entrevista, passagem, boletim ou direto. Caso não seja registada a presença desse(a) profissional visualmente na notícia, a marcação deverá ser feita na categoria 32 e/ou 39, dependendo do género. Já em relação às categorias 31 e 38 – espaço de convívio – se refere a locais não necessariamente ligados à prática esportiva onde possam acontecer entrevistas ou reportagens, a exemplo da casa do(a) atleta, entre outros. Já nas categorias 28 e 35 enquadram-se também os conteúdos produzidos fora do estádio, no entorno/área externa, mas obrigatoriamente na cidade onde o jogo acontece. Para as categorias 30 e 37, entende-se como *ponto de encontro* todos os lugares onde a motivação da notícia seja a busca por torcedores que possam falar sobre determinado tema esportivo, seja ele explícito – como uma *fan fest* – ou implícitos, como ocorre, por exemplo, quando a(o) repórter entra em direto de um café entrevistando pessoas para falar sobre a expectativa para determinada partida, não situados na cidade onde acontece o jogo. Enquanto isso, as categorias 33 e 40 são unicamente para efeitos de contagem, pois são realizadas em estúdio, fato já explicado neste livro. Por fim, nas categorias 41 e 42 deve ser feita a marcação para ocorrências excepcionais, as quais devem ser especificadas para tabulação manual e conferência posterior.

Código para Categoria	Categoria	Código Para Variável	Variável
1	Canal/Programa	1	Noites da Euro, de RTP
		2	Diário do Euro, de SIC Notícias
		3	Diário do Euro, de SIC Notícias

2	Data	1	08/06
		2	09/06
		3	10/06
		4	11/06
		5	12/06
		6	13/06
		7	14/06
		8	15/06
		9	16/06
		10	17/06
		11	18/06
		12	19/06
		13	20/06
		14	21/06
		15	22/06
		16	23/06
		17	24/06
		18	25/06
		19	26/06
		20	27/06
		21	28/06
		22	29/06
		23	30/06
		24	01/07
		25	02/07
		26	03/07
		27	04/07
		28	05/07
		29	06/07
		30	07/07
		31	08/07
		32	09/07
		33	10/07
		34	11/07
		35	12/07
		36	13/07
		37	14/07
3	Duração	1	Menos de uma hora
		2	Entre uma e duas horas
		3	Duas horas
		4	Mais de duas horas
4	Apresentação (pivô)	1	Homem
		2	Mulher
		3	Ambos
5	Formato do programa	1	Telejornal
		2	Mesa-redonda/debate
		3	Misto
6	Comentadores(as)	1	Sim
		2	Não

7	<b>Quantidade de comentadores HOMENS</b>	1	1
		2	2
		3	3
		4	4
		5	5
		6	6
		7	7
		8	8
		9	9
		10	10
		11	Mais de dez
		99	Nenhum/Não se aplica
8	<b>Quantidade de comentadoras MULHERES</b>	1	1
		2	2
		3	3
		4	4
		5	5
		6	6
		7	7
		8	8
		9	9
		10	10
		11	Mais de dez
		99	Nenhum/Não se aplica
9	<b>Formato das notícias com repórter: Quantidade de ENTREVISTAS EM ESTÚDIO FEITAS POR MULHER(ES)</b>	1	1
		2	2
		3	3
		4	4
		5	5
		6	6
		7	7
		8	8
		9	9
		10	10
		11	Mais de dez
		99	Nenhum/Não se aplica
10	<b>Formato das notícias com repórter: Quantidade de ENTREVISTAS EM ESTÚDIO FEITAS POR HOMEM(S)</b>	1	1
		2	2
		3	3
		4	4
		5	5
		6	6
		7	7
		8	8
		9	9
		10	10
		11	Mais de dez
		99	Nenhum/Não se aplica

11	Formato das notícias com repórter: <b>Quantidade de BOLETIM/FALSO VIVO FEITOS POR MULHER(ES)</b>	1	1
		2	2
		3	3
		4	4
		5	5
		6	6
		7	7
		8	8
		9	9
		10	10
		11	Mais de dez
		99	Nenhum/Não se aplica
12	Formato das notícias com repórter: <b>Quantidade de BOLETIM/FALSO VIVO FEITOS POR HOMEM(S)</b>	1	1
		2	2
		3	3
		4	4
		5	5
		6	6
		7	7
		8	8
		9	9
		10	10
		11	Mais de dez
		99	Nenhum/Não se aplica
13	Formato das notícias com repórter: <b>Quantidade de entradas AO VIVO (diretos) feitas por MULHER(ES)</b>	1	1
		2	2
		3	3
		4	4
		5	5
		6	6
		7	7
		8	8
		9	9
		10	10
		11	Mais de dez
		99	Nenhum/Não se aplica
14	Formato das notícias com repórter: <b>Quantidade de entradas AO VIVO (diretos) feitas por HOMEM(S)</b>	1	1
		2	2
		3	3
		4	4
		5	5
		6	6
		7	7
		8	8
		9	9
		10	10
		11	Mais de dez
		99	Nenhum/Não se aplica

15	Formato das notícias com repórter: <b>Quantidade de REPORTAGENS FEITAS POR MULHER(ES)</b>	1	1
		2	2
		3	3
		4	4
		5	5
		6	6
		7	7
		8	8
		9	9
		10	10
		11	Mais de dez
		99	Nenhum/Não se aplica
16	Formato das notícias com repórter: <b>Quantidade de REPORTAGENS FEITAS POR HOMEM(S)</b>	1	1
		2	2
		3	3
		4	4
		5	5
		6	6
		7	7
		8	8
		9	9
		10	10
		11	Mais de dez
		99	Nenhum/Não se aplica
17	<b>Futebol – jogo – como TEMA da notícia reportada por profissional HOMEM</b>	1	Futebol – jogo (1X)
		2	Futebol – jogo (2X)
		3	Futebol – jogo (3X)
		4	Futebol – jogo (4X)
		5	Futebol – jogo (5X)
		6	Futebol – jogo (DE 5 A 10X)
		7	Futebol – jogo (MAIS DE 10X)
		99	Não há/Não se aplica
18	<b>Futebol – personagem – como TEMA da notícia reportada por profissional HOMEM</b>	1	Futebol – personagem (1x)
		2	Futebol – personagem (2x)
		3	Futebol – personagem (3x)
		4	Futebol – personagem (4x)
		5	Futebol – personagem (5x)
		6	Futebol – personagem (DE 5 A 10X)
		7	Futebol – personagem (MAIS DE 10X)
		99	Não há/Não se aplica
19	<b>Futebol – treino/prévia de jogo – como TEMA da notícia reportada por profissional HOMEM</b>	1	Futebol – treino/prévia de jogo (1X)
		2	Futebol – treino/prévia de jogo (2X)
		3	Futebol – treino/prévia de jogo (3X)
		4	Futebol – treino/prévia de jogo (4X)
		5	Futebol – treino/prévia de jogo (5X)
		6	Futebol – treino/prévia de jogo (DE 5 A 10X)
		7	Futebol – treino/prévia de jogo (MAIS DE 10X)
		99	Não há/Não se aplica

20	<b>Futebol – torcida – como TEMA da notícia reportada por profissional HOMEM</b>	1	Futebol – torcida (1x)
		2	Futebol – torcida (2x)
		3	Futebol – torcida (3x)
		4	Futebol – torcida (4x)
		5	Futebol – torcida (5x)
		6	Futebol – torcida (de 5 a 10x)
		7	Futebol – torcida (mais de 10x)
		99	Não há/Não se aplica
21	<b>Futebol – bastidores – como TEMA da notícia reportada por profissional HOMEM</b>	1	Futebol – bastidores 1X
		2	Futebol – bastidores 2X
		3	Futebol – bastidores 3X
		4	Futebol – bastidores 4X
		5	Futebol – bastidores 5X
		6	Futebol – bastidores DE 5 A 10X
		7	Futebol – bastidores MAIS DE 10X
		99	Não há/Não se aplica
22	<b>Futebol – jogo – como TEMA da notícia reportada por profissional MULHER</b>	1	Futebol – jogo (1X)
		2	Futebol – jogo (2X)
		3	Futebol – jogo (3X)
		4	Futebol – jogo (4X)
		5	Futebol – jogo (5X)
		6	Futebol – jogo (DE 5 A 10X)
		7	Futebol – jogo (MAIS DE 10X)
		99	Não há/Não se aplica
23	<b>Futebol – personagem – como TEMA da notícia reportada por profissional MULHER</b>	1	Futebol – personagem (1x)
		2	Futebol – personagem (2x)
		3	Futebol – personagem (3x)
		4	Futebol – personagem (4x)
		5	Futebol – personagem (5x)
		6	Futebol – personagem (DE 5 A 10X)
		7	Futebol – personagem (MAIS DE 10X)
		99	Não há/Não se aplica
24	<b>Futebol – treino/prévia de jogo – como TEMA da notícia reportada por profissional MULHER</b>	1	Futebol – treino/prévia de jogo (1X)
		2	Futebol – treino/prévia de jogo (2X)
		3	Futebol – treino/prévia de jogo (3X)
		4	Futebol – treino/prévia de jogo (4X)
		5	Futebol – treino/prévia de jogo (5X)
		6	Futebol – treino/prévia de jogo (DE 5 A 10X)
		7	Futebol – treino/prévia de jogo (MAIS DE 10X)
		99	Não há/Não se aplica
25	<b>Futebol – torcida – como TEMA da notícia reportada por profissional MULHER</b>	1	Futebol – torcida (1x)
		2	Futebol – torcida (2x)
		3	Futebol – torcida (3x)
		4	Futebol – torcida (4x)
		5	Futebol – torcida (5x)
		6	Futebol – torcida (de 5 a 10x)
		7	Futebol – torcida (mais de 10x)
		99	Não há/Não se aplica

26	<b>Futebol – bastidores – como TEMA da notícia reportada por profissional MULHER</b>	1	Futebol – bastidores 1X
		2	Futebol – bastidores 2X
		3	Futebol – bastidores 3X
		4	Futebol – bastidores 4X
		5	Futebol – bastidores 5X
		6	Futebol – bastidores DE 5 A 10X
		7	Futebol – bastidores MAIS DE 10X
		99	Não há/Não se aplica
27	<b>Estádio (parte interna) como LOCAL da notícia apresentada por profissional HOMEM</b>	1	estádio (parte interna) (1X)
		2	estádio (parte interna) (2X)
		3	estádio (parte interna) (3X)
		4	estádio (parte interna) (4X)
		5	estádio (parte interna) (5X)
		6	estádio (parte interna) (DE 5 A 10X)
		7	estádio (parte interna) (MAIS DE 10X)
		99	Não há
28	<b>Ponto de interesse na cidade como LOCAL da notícia apresentada por profissional HOMEM</b>	1	Ponto turístico/de interesse na cidade (1x)
		2	Ponto turístico/de interesse na cidade (2x)
		3	Ponto turístico/de interesse na cidade (3x)
		4	Ponto turístico/de interesse na cidade (4x)
		5	Ponto turístico/de interesse na cidade (5x)
		6	Ponto turístico/de interesse na cidade (de 5 a 10x)
		7	Ponto turístico/de interesse na cidade (mais de 10x)
		99	Não há
29	<b>Centro de treinamento como LOCAL da notícia apresentada por profissional HOMEM</b>	1	centro de treinamento (1X)
		2	centro de treinamento (2X)
		3	centro de treinamento (3X)
		4	centro de treinamento (4X)
		5	centro de treinamento (5X)
		6	centro de treinamento (DE 5 A 10X)
		7	centro de treinamento (MAIS DE 10X)
		99	Não há
30	<b>Ponto de encontro de torcedores como LOCAL da notícia apresentada por profissional HOMEM</b>	1	ponto de encontro de torcedores (1X)
		2	ponto de encontro de torcedores (2X)
		3	ponto de encontro de torcedores (3X)
		4	ponto de encontro de torcedores (4X)
		5	ponto de encontro de torcedores (5X)
		6	ponto de encontro de torcedores (DE 5 A 10X)
		7	ponto de encontro de torcedores (MAIS DE 10X)
		99	Não há
31	<b>Espaço de convívio como LOCAL da notícia apresentada por profissional HOMEM</b>	1	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (1X)
		2	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (2X)
		3	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (3X)
		4	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (4X)
		5	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (5X)
		6	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (DE 5 A 10X)
		7	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (MAIS DE 10X)
		99	Não há

32	Não se aplica - <b>apenas narração (LOCAL)</b> da notícia apresentada por profissional <b>HOMEM</b>	1	(1X)
		2	(2X)
		3	(3X)
		4	(4X)
		5	(5X)
		6	(DE 5 A 10X)
		7	(MAIS DE 10X)
		99	Não há
19,897 mm	<b>Estúdio</b> como <b>LOCAL</b> da notícia apresentada por profissional <b>HOMEM</b>	1	Estúdio (1X)
		2	Estúdio (2X)
		3	Estúdio (3X)
		4	Estúdio (4X)
		5	Estúdio (5X)
		6	Estúdio (DE 5 A 10X)
		7	Estúdio (MAIS DE 10X)
		99	Não há
34	<b>Estádio (parte interna)</b> como <b>LOCAL</b> da notícia apresentada por profissional <b>MULHER</b>	1	estádio (parte interna) (1X)
		2	estádio (parte interna) (2X)
		3	estádio (parte interna) (3X)
		4	estádio (parte interna) (4X)
		5	estádio (parte interna) (5X)
		6	estádio (parte interna) (DE 5 A 10X)
		7	estádio (parte interna) (MAIS DE 10X)
		99	Não há
35	<b>Ponto de interesse na cidade</b> como <b>LOCAL</b> da notícia apresentada por profissional <b>MULHER</b>	1	Ponto turístico/de interesse na cidade (1x)
		2	Ponto turístico/de interesse na cidade (2x)
		3	Ponto turístico/de interesse na cidade (3x)
		4	Ponto turístico/de interesse na cidade (4x)
		5	Ponto turístico/de interesse na cidade (5x)
		6	Ponto turístico/de interesse na cidade (de 5 a 10x)
		7	Ponto turístico/de interesse na cidade (mais de 10x)
		99	Não há
36	<b>Centro de treinamento</b> como <b>LOCAL</b> da notícia apresentada por profissional <b>MULHER</b>	1	centro de treinamento (1X)
		2	centro de treinamento (2X)
		3	centro de treinamento (3X)
		4	centro de treinamento (4X)
		5	centro de treinamento (5X)
		6	centro de treinamento (DE 5 A 10X)
		7	centro de treinamento (MAIS DE 10X)
		99	Não há
37	<b>Ponto de encontro de torcedores</b> como <b>LOCAL</b> da notícia apresentada por profissional <b>MULHER</b>	1	ponto de encontro de torcedores (1X)
		2	ponto de encontro de torcedores (2X)
		3	ponto de encontro de torcedores (3X)
		4	ponto de encontro de torcedores (4X)
		5	ponto de encontro de torcedores (5X)
		6	ponto de encontro de torcedores (DE 5 A 10X)
		7	ponto de encontro de torcedores (MAIS DE 10X)
		99	Não há

38	<b>Espaço de convívio como LOCAL da notícia apresentada por profissional MULHER</b>	1	97,318 mm
		2	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (2X)
		3	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (3X)
		4	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (4X)
		5	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (5X)
		6	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (DE 5 A 10X)
		7	espaço de convívio do(a) profissional esportivo(a) (MAIS DE 10X)
		99	Não há
39	<b>Não se aplica - apenas narração (LOCAL da notícia apresentada por profissional MULHER)</b>	1	(1X)
		2	(2X)
		3	(3X)
		4	(4X)
		5	(5X)
		6	(DE 5 A 10X)
		7	(MAIS DE 10X)
		99	Não há
40	<b>Estúdio como LOCAL da notícia apresentada por profissional MULHER</b>	1	Estúdio (1X)
		2	Estúdio (2X)
		3	Estúdio (3X)
		4	Estúdio (4X)
		5	Estúdio (5X)
		6	Estúdio (DE 5 A 10X)
		7	Estúdio (MAIS DE 10X)
		99	Não há
41	<b>Outro (LOCAL da notícia apresentada por profissional MULHER)</b>	1	(1X)
		2	(2X)
		3	(3X)
		4	(4X)
		5	(5X)
		6	(DE 5 A 10X)
		7	(MAIS DE 10X)
		99	Não há
42	<b>Outro (LOCAL da notícia apresentada por profissional HOMEM)</b>	1	(1X)
		2	(2X)
		3	(3X)
		4	(4X)
		5	(5X)
		6	(DE 5 A 10X)
		7	(MAIS DE 10X)
		99	Não há