



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS**  
**CAMPUS DE PALMAS**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

**ROSA MARIA MARTINS DE SOUSA**

**CREDIBILIDADE DA MULHER NO JORNALISMO ESPORTIVO: ESTUDO DE  
CASO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS ESPECTADORES SOBRE A  
REPRESENTAÇÃO DAS MULHERES APRESENTADORAS NO  
TELEJORNALISMO ESPORTIVO**

**Palmas/TO**

**2022**

ROSA MARIA MARTINS DE SOUSA

CREDIBILIDADE DA MULHER NO JORNALISMO ESPORTIVO: ESTUDO DE CASO  
SOBRE A PERCEPÇÃO DOS ESPECTADORES SOBRE A REPRESENTAÇÃO DAS  
MULHERES APRESENTADORAS NO TELEJORNALISMO ESPORTIVO

Monografia apresentada à UFT – Universidade Federal do Tocantins – Campus Universitário de Palmas, Curso de Jornalismo para obtenção de título de bacharel em jornalismo, sob orientação do Prof. Dr. Carlos Fernando Martins Franco.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Fernando Martins Franco.

Palmas/TO

2022

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins**

---

S725c Sousa, Rosa Maria Martins de .  
Credibilidade da mulher no jornalismo esportivo: Estudo de caso sobre a percepção dos espectadores sobre a representação das mulheres apresentadoras no telejornalismo esportivo . / Rosa Maria Martins de Sousa.  
– Palmas, TO, 2022.  
61 f.

Monografia Graduação - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus  
Universitário de Palmas - Curso de Jornalismo, 2022.

Orientador: Dr. Carlos Fernando Martins Franco

1. Jornalismo Esportivo. 2. Mulheres. 3. Público. 4. Credibilidade. I. Título

**CDD 070**

---

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

ROSA MARIA MARTINS DE SOUSA

CREDIBILIDADE DA MULHER NO JORNALISMO ESPORTIVO: ESTUDO DE CASO  
SOBRE A PERCEPÇÃO DOS ESPECTADORES SOBRE A REPRESENTAÇÃO DAS  
MULHERES APRESENTADORAS NO TELEJORNALISMO ESPORTIVO

Monografia foi avaliada e apresentada à UFT –  
Universidade Federal do Tocantins – Campus  
Universitário de Palmas, Curso de Jornalismo para  
obtenção de título de bacharel em jornalismo, e aprovada  
em sua forma final pelo Orientador e pela Banca  
Examinadora.

Data de Aprovação \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Carlos Fernando Martins Franco. Orientador, UFT

---

Prof. Dr. Carlos Borges da Silva Júnior. Examinador, UFT

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Cynthia Mara Miranda Examinadora, UFT

Dedico este trabalho A Deus, Senhor de Tudo.  
A minha família pelo apoio, amor incondicional, auxílio e companhia nos momentos que mais precisei e por acreditar nos meus sonhos. Aos meus mestres, por transmitir seus preciosos conhecimentos e me guiar pelo caminho do sucesso.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço imensamente a Deus por ter me dado graça, sabedoria, forças para conseguir chegar a um dos momentos mais importantes da minha vida, que é a tão sonhada graduação. Agradeço à minha família pelo apoio, carinho e paciência durante todos esses anos indo e voltando da faculdade, por morar em outra cidade, eu tinha que me deslocar até a cidade de Palmas, pegando chuvas, muitas vezes carona, tudo isso para buscar o meu grande sonho, que sempre foi me formar.

## RESUMO

Este estudo examina a inclusão de mulheres na área da transmissão esportiva, explorando especificamente a implicação da credibilidade das mulheres ao apresentar programas esportivos para o público espectador. Diante desta perspectiva, esse estudo foi desenvolvido a partir da adoção de metodologias de pesquisa de cunho bibliográfico, exploratório e descritivo, com a adoção de abordagens e ferramentas de análise de dados qualitativos focados na investigação da percepção dos espectadores sobre a credibilidade das a mulheres do jornalismo esportivo ao público por meio da aplicação de questionário digital. O qual apresentou uma importante significância no que tange a discussão emergente sobre os papéis de gênero nos campos de trabalhos ditos como masculinos, apontando uma ampla aceitação e afirmação de confiança e credibilidade sobre as informações e conteúdo discutido e apresentado por apresentadoras dentro de programas esportivos, tanto pelos participantes do gênero masculino quanto feminino.

**Palavras-chave:** Jornalismo esportivo. Mulheres. Público. Credibilidade.

## **ABSTRACT**

This study examines the inclusion of women in the field of sports broadcasting, specifically exploring the implication of women's credibility when presenting sports programs to the spectator audience. In view of this perspective, this study was developed from the adoption of bibliographic, exploratory and descriptive research methodologies, with the adoption of qualitative data analysis approaches and tools focused on the investigation of the spectators' perception about the credibility of the women of the sports journalism to the public through the application of a digital questionnaire. Which presented an important significance regarding the emerging discussion about gender roles in the so-called masculine fields of work, pointing to a wide acceptance and affirmation of trust and credibility about the information and content discussed and presented by presenters within sports programs, by both male and female participants.

**Keywords:** Sports journalism. Women. Public. Credibility.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gráfico de respostas do Formulários. Título da pergunta: Seu gênero? .....	34
Gráfico 2 – Gráfico de respostas do Formulários. Título da pergunta: Você assiste a algum programa esportivo? .....	35
Gráfico 3 – Distribuição final de participantes por gênero.....	36
Gráfico 4 – Gráfico de respostas do Formulários. Título da pergunta: O que vem à cabeça quando pensa em apresentador do programa esportivo? .....	37
Gráfico 5 – Gráfico de respostas do Formulários. Título da pergunta: Você prefere assistir o programa esportivo apresentado por: .....	39
Gráfico 6 – Gráfico de respostas do Formulários. Título da pergunta: Quando você assiste a um programa esportivo apresentado por uma mulher, você sente confiança nos argumentos esportivos apresentados por ela? .....	40
Gráfico 7 – Gráfico de respostas do Formulários. Título da pergunta: Você acha que a apresentadora: .....	42
Gráfico 8 – Gráfico de respostas do Formulários. Título da pergunta: Você acha que a aparência da apresentadora é tão ou mais importante do que seu conhecimento sobre esportes? .....	43
Gráfico 9 – Gráfico de respostas do Formulários. Título da pergunta: Quando a apresentadora expõe alguma opinião sobre alguma modalidade esportiva você concorda ou fica desconfiado(a)? .....	44
Gráfico 10 – Gráfico de respostas do Formulários. Título da pergunta: Você acha que deveriam ter mais mulheres apresentando programas esportivos? .....	46
Gráfico 11 – Gráfico de respostas do Formulários. Título da pergunta: Você pensa que as apresentadoras femininas em programas esportivos são: .....	48

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 3, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.....	38
Tabela 2- Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 4, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.....	39
Tabela 3- Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 5, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.....	41
Tabela 4- Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 6, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.....	42
Tabela 5- Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 7, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.....	44
Tabela 6- Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 8, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.....	45
Tabela 7- Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 9, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.....	47
Tabela 8- Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 10, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.....	49

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

UFT- Universidade Federal do Tocantins

Nº- Número

P. - Páginas

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>2 METODOLOGIA</b> .....	15
2.1 ABORDAGEM DO ESTUDO .....	15
2.2 INSTRUMENTOS DE PESQUISA .....	16
<b>2.2.1 Formulário digital - Checklist</b> .....	17
<b>2.2.2 Criação dos gráficos</b> .....	17
<b>2.2.3 Cruzamento amostral das variáveis quantitativas</b> .....	17
<b>3 BASE CONCEITUAL</b> .....	19
3.1 JORNALISMO .....	19
3.2 JORNALISMO ESPORTIVO .....	20
3.3 OBSTÁCULOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES NO ÂMBITO PROFISSIONAL .....	21
<b>3.3.1 Segregação ocupacional</b> .....	22
<b>3.3.2 Padrões de beleza</b> .....	22
<b>3.3.3 Sexismo e patriarquismo</b> .....	23
4.4 MULHERES JORNALISTAS .....	24
4.5 MULHERES NO JORNALISMO ESPORTIVO .....	28
4.5 JORNALISMO FEMININO EM NÍVEL NACIONAL .....	29
4.6 IDENTIDADE VISUAL E CONTEÚDO EXPOSTO.....	32
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	34
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	50
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	52
<b>APÊNDICE - FORMULÁRIO GOOGLE- CHECKLIST</b> .....	56
<b>ANEXOS</b> .....	58

## 1 INTRODUÇÃO

A desigualdade de gêneros é uma causa atual, em setores diversos, como também no jornalismo esportivo. O lugar que a mulher ocupa dentro do jornalismo esportivo, vem se desenvolvendo com o tempo. Se antes eram vistas por sua aparência física, hoje, surgem ganhando espaço e sendo reconhecidas por seu entendimento, habilidades e agilidade frente às câmeras, muitas vezes superando homens no domínio técnico sobre o conteúdo histórico e normativo dentro das diversas modalidades esportivas, assim, como todas as áreas profissionais, a cobertura esportiva também é assunto para mulheres.

Historicamente as mulheres foram conquistando espaço nesse meio esportivo, adquirindo conhecimento sobre o assunto para informar a população e a partir dessa perspectiva histórica, de que os homens tem mais capacidade para falar de esporte, mas a jornalista esportiva também é capaz de aprender sobre qualquer tema esportivo, mesmo em uma modalidade ainda com ampla representatividade masculina, não significa que as mulheres não tenham aptidão, habilidade e domínio para cobrir o assunto e expô-lo ao público telespectador esportivo.

É notório a maior participação feminina. Em números, ainda é bem menor quando comparada ao gênero masculino, dentro do jornalismo. Assim a mulher vem galgando novos passos na sociedade, especialmente por causa da política de igualdade entre os gêneros, e, mesmo sendo um universo habitado superiormente por homens, já se pode notar a presença das mulheres atuando como apresentadoras de telejornais esportivos.

As mulheres ainda hoje tentam quebrar esses preconceitos apesar de estarem cada vez mais envolvidas e interessadas por esporte, ao contrário de antigamente, o jornalismo esportivo possui um público também especializado e muito maior. Hoje em dia, o jornalismo esportivo atinge grande parte da população, de diferentes classes. A facilidade das informações e os avanços permitiram que as pessoas pudessem ter cada vez mais acesso a diferentes tipos de informações.

Assim, buscando-se compreender a forma que o gênero feminino é visto pelo telespectador dos programas de esporte, e como que o público vê essa representação feminina no telejornal, esse estudo foi desenvolvido para interpretar a opinião do público diante do desempenho do gênero feminino na atuação do campo tele jornalístico esportivo e consequentemente, estabelecer a credibilidade que essas mulheres desempenham ao ocupar a bancada dos telejornais esportivos.

O presente trabalho tem como objetivo geral Avaliar a opinião e a percepção de telespectadores referente a credibilidade de programas esportivos apresentados por mulheres, por meio de uma pesquisa quantitativa que aplicou questionário digital, compilando os dados.

No primeiro capítulo apresenta-se uma introdução onde é trabalhado um texto expositor da problemática sobre a inclusão feminina no jornalismo esportivo, abordando o contexto discriminatório com base no gênero que cerca essa área profissional, é do contínuo ganho de espaço feminino dentro dos telejornais esportivos.

O segundo capítulo discute a metodologia adotada no estudo, tem como alicerce nas metodologias de pesquisa de cunho bibliográfico, exploratório e descritivo, com a adoção de abordagens e ferramentas de análise de dados qualitativos. Isso foi possível graças a formulação e aplicação de questionário digital, com auxílio das ferramentas: Google Forms e Excel, que atuaram como banco de dados das respostas e instrumento de gestão de dados para desenvolvimento de gráficos expostos no capítulo quatro.

No terceiro capítulo encontra-se uma base conceitual sobre o foco do estudo: Concepções de jornalismo, principais obstáculos enfrentados pelas mulheres no âmbito profissional, dando ênfase as mulheres dentro do jornalismo esportivo, atuando assim, como embasamento teórico para o tema do estudo.

O quarto capítulo formula e discute os resultados referentes as respostas obtidas no estudo, sendo essas filtradas e trabalhadas de forma que foi exposto os resultados e comparações desenvolvidas no que coube a obtenção da opinião dos participantes sobre a credibilidade da figura da mulher dentro do desempenho da função de apresentadora telejornalística esportiva.

Por fim, o último capítulo apresenta uma análise sobre os resultados obtidos, isso foi possível através de análises críticas e comparações percentuais sobre a opinião exposta pelos participantes do estudo, sendo esses resultados analisados através de um parâmetro geral e também por respostas analisadas por gênero do participantes. Dessa forma, foi possível obter uma visão concreta sobre a opinião dos participantes no que objetivou desenvolver um estudo exploratório, cujo foco foi expor a opinião pública sobre a credibilidade e representatividade das jornalistas esportivas perante o público de programas esportivos.

## 2 METODOLOGIA

O método científico é um processo de experimentação que é usado para explorar e responder a perguntas (OLIVEIRA, 2005). Assim, foram adotados métodos de pesquisa, com abordagens e ferramentas direcionadas a obtenção de dados referentes ao tema foco desse estudo.

Para obter os dados necessários na elaboração dessa pesquisa, foram utilizados métodos de pesquisas: bibliográfica, exploratória e descritiva, fazendo uso da abordagem qualitativa e o uso de instrumentos de coletas de dados.

Para a realização da pesquisa exploratória foi necessário um estudo sobre o tema e os problemas relacionados à investigação pelo estudo para assim, alcançar os objetivos previamente estabelecidos e formular a melhor abordagem para obtenção dos resultados da pesquisa.

Segundo Oliveira (2005), a pesquisa exploratória desenvolve estudos que dão uma visão global do fato ou fenômeno de estudo. Esse tipo de estudo requer uma exploração posterior e tem um planejamento mais flexível.

A pesquisa bibliográfica “é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados ao tema” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 142).

Na pesquisa descritiva, que, para Oliveira (2011), trata-se de uma pesquisa abrangente que permite uma análise aprofundada do problema de pesquisa com relação aos aspectos sociais, econômicos, políticos, percepções de diferentes grupos, comunidades, entre outros aspectos.

Adotando esses diferentes métodos de pesquisa foi possível obter um estudo que contempla tanto informações documentais e bibliográficas, como dados obtidos a partir de estudos referenciais e a aplicação de questionário digital (com participantes anônimos) em formato (*checklist*), para assim, poder realizar uma análise de todos os dados e informações coletadas.

### 2.1 ABORDAGEM DO ESTUDO

A escolha de uma abordagem científica está relacionada com os métodos empregados para desenvolver uma análise sobre os conhecimentos e resultados que envolve formar e testar uma hipótese (OLIVEIRA, 2005).

Quanto a utilização da abordagem qualitativa, esta pesquisa se concentra no estudo teórico sobre o objeto, sendo assim de extrema importância no estudo sobre a credibilidade das mulheres jornalistas atuantes do campo esportivo perante ao público assíduo de programas esportivos. “A pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais.” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 32).

As características da pesquisa qualitativa são: objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 32).

Assim, a abordagem qualitativa adotada nesse estudo é fundamental para a análise dos resultados provenientes das respostas obtidas a partir da aplicação do *checklist* respondido pelos por indivíduos que se interessam e acompanham programas esportivos.

## 2.2 INSTRUMENTOS DE PESQUISA

Os instrumentos de pesquisa adotados para o desenvolvimento e análise dos resultados obtidos nas etapas do presente estudo, foram:

- Pesquisas bibliográficas e referenciais sobre o histórico da mulher no telejornalismo esportivo e temas afins.
- Estruturação de perguntas e aplicação dessas perguntas em formato de questionário digital- *Checklist*.
- Cruzamento de dados através do cálculo percentual de respostas de cada gênero de participante da pesquisa.
- Utilização de softwares para desenvolvimento de gráficos e tabelas referentes aos resultados obtidos.

### **2.2.1 Formulário digital - Checklist**

Constituiu-se de um questionário com 10 perguntas, respondido previamente por 170 pessoas distintas e anônimas. Esse quantitativo posteriormente selecionado para o total de 150 aptas para participar do estudo, sendo esses participantes que obrigatoriamente deveriam ser pessoas que assistem programas esportivos.

O checklist utilizado é o modelo encontrado nos trabalhos de Mota (2019), adaptado de forma que melhor se enquadre na realidade do tema pesquisado.

O *Checklist* foi aplicado através de formulário digital, pela plataforma Google Forms, o qual foi respondido em um período de tempo de 30 dias, tendo início no dia 20 de dezembro de 2021, sendo suas respostas computadas e analisadas e, posteriormente, utilizadas para a geração dos gráficos através do Software Excel, com os resultados obtidos.

Dessa forma, o preenchimento do *checklist* pelos telespectadores de programas jornalísticos permitiu a realização de um diagnóstico que pudesse apontar a visão e opinião sobre a credibilidade da figura feminina como apresentadora de programas esportivos.

### **2.2.2 Criação dos gráficos**

Para a elaboração dos gráficos, foi utilizado o Software Excel, buscando assim, uma melhor gestão das respostas individuais, além de uma melhor resolução na imagem do que os gráficos propriamente desenvolvidos pelo aplicativo Formulário Google.

Assim, os resultados advindos das respostas dos formulários, foram direcionados para o Software Excel, o que é uma ferramenta disponível no próprio aplicativo Formulário Google, sendo assim, fiel aos resultados finais.

### **2.2.3 Cruzamento amostral das variáveis quantitativas**

Para desenvolver o cruzamento sobre os dados amostrais desse estudo foram empregados métodos estatísticos, visando uma melhor análise e visualização dos resultados obtidos a partir das respostas do formulário digital. Dessa forma pode-se assinalar indicar que “Aqueles que se valerem dos métodos estatísticos estarão mais preparados para organizar e analisar os dados em sua atuação profissional” (BASTTITI; BASTTITI, 2008, p. 13).

Valendo-se disso, foi utilizado para demonstrar as variáveis quantitativas nominais referentes a diversidade de respostas obtidas dentro da divisão do gênero dos participantes

(Feminino e Masculino) dentro das dez perguntas desenvolvidas pelo formulário digital, o levantamento amostral de valor (quantidade de respostas) por gênero de participantes.

As variáveis qualitativas têm seus valores (respostas para cada questão do questionário) não numéricos, como sexo, estado civil, nível de escolaridade, bairro, profissão, nível de satisfação [...]

As variáveis qualitativas são subdivididas em nominais e ordinais. Quando as diferentes categorias (respostas) não têm relação entre si, ou seja, são independentes, classificamos a variável como qualitativa nominal, por exemplo, sexo, estado civil, curso de graduação e bairro (BASTTITI; BASTTITI, 2008, p. 11).

Além disso, para obter uma melhor visualização sobre a análise sobre os efetivos resultados quanto os objetivos da pesquisa acerca da percepção e a credibilidade das apresentadoras mulheres em programas de esportivos por ambos os gêneros de participantes, foram desenvolvidos cálculos de percentual e análise sobre os cruzamentos amostrais sobre as variáveis quantitativas das respostas femininas e masculinas.

### 3 BASE CONCEITUAL

Nesta parte do estudo, foi trabalhada a base conceitual sobre o tema discutido nesse estudo. Em primeiro lugar, são discutidos os conceitos-chaves sobre o jornalismo esportivo e da identidade visual do profissional dentro do jornalismo esportivo. Posteriormente, são trabalhados o contexto histórico e atual da participação das mulheres no jornalismo esportivo, abrangendo conjunções fundamentais enfrentadas pelas mulheres dentro do jornalismo esportivo (sexíssimo, patriarquismo, preconceito, segregação ocupacional, dentre outros).

Então, com base nos aportes teóricos expostos nesse capítulo, apresenta-se uma estrutura referencial que sustenta e expõe a multiplicidade de estigmas e preconceitos os quais as mulheres são submetidas dentro do mercado de trabalho, ao longo da formação e atuação dentro do jornalismo esportivo.

#### 3.1 JORNALISMO

A mídia e a comunicação estão presentes diariamente em nossas vidas. Dentre eles está o telejornalismo, sendo ele o fruto do trabalho desenvolvido por meio jornalístico periódico na imprensa, no rádio ou na mídia digital. Constituindo um produto da ciência que sustenta e acompanha criticamente a profissão jornalística por meio de treinamentos e inovações é chamada de jornalismo. Atuando diretamente na função de instrumento para a formação da opinião pública (CAVALCANTI, 2008).

O jornalismo constitui uma atividade profissional, cujas bases envolvem a confiança nos jornalistas para checar fatos e transmitir as informações para o público (TEMER; TUZZO, 2020). Assim, o profissional jornalístico deve ser fiel aos fatos em detrimento da sua área de atuação, seja ela em instituições públicas, privadas ou mesmo em órgãos governamentais, prezando assim, pela ética e confiabilidade esperada pelo público sobre as informações transmitidas a eles pelos meios midiáticos.

Lage (2008, p. 20) destaca que “em qualquer organização em que atue, o jornalista deverá empenhar-se pela mais ampla difusão dos fatos de interesse público, pela confiabilidade dos dados, relatos e análises de terceiros que divulga e pelo respeito à pluralidade de interesses que conflitam na sociedade”.

Dentro do jornalismo pode-se dividir a área de atuação de cada profissional, sendo classificados por departamentos: jornalismo cultural, jornalismo empresarial, jornalismo científico e o jornalismo técnico.

O jornalismo cultural refere-se à reportagem jornalística sobre eventos culturais, desenvolvimento e indústria cultural. O jornalismo cultural também trabalha com métodos de estudos culturais e lida principalmente com crítica literária, teatral, cinematográfica, musical, artística e de mídia (ROSE, 2017).

O jornalismo econômico se concentra em questões de política e economia, através de relatórios corporativos e questões do mercado de ações. Dentro do segmento de jornalismo econômico os jornalistas devem ter um conhecimento geral sobre o campo econômico, desde que nesse segmento específico deve-se expor a informação de forma crítica através de questionamentos e afirmações econômicas (NETO; NASCIMENTO, 2020).

O jornalismo científico é a reportagem de descobertas científicas. Em sentido mais amplo, inclui também o formato "conhecimento", que conta com departamento próprio. Esse campo de atuação está direcionado à cobertura jornalística sobre fatos científicos com a reportagem de descobertas científicas e tecnológicas (COSTA, 2010).

O jornalismo técnico é uma área de atuação que inclui aqueles jornalísticos nos quais o conhecimento sobre o ramo desempenha um papel central, estando incluso nesse segmento o jornalismo esportivo, que exige do jornalista um conhecimento técnico sobre o mundo esportivo, normas e regras. Assim, esse tipo de jornalismo possui um público segmentado e são construídos jornalisticamente de acordo com essa característica (BERGER, 2011).

### 3.2 JORNALISMO ESPORTIVO

O jornalismo esportivo se modificou muito nos últimos anos, o jornalismo de cinquenta anos atrás e o atual são incomparáveis, sobretudo devido à dinâmica que caracteriza a profissão atualmente. Sob a influência do crescimento do esporte, do avanço da mídia e do comércio, a profissão de jornalista esportivo tornou-se parte indispensável em nossa sociedade (SILVEIRA, 2009).

As empresas jornalísticas são formadas por instituições do campo econômico com inserções ativas na vida social e cultural de uma sociedade. Justamente em função desta relação, o jornalista, para cumprir a tarefa definidora da profissão – informar sobre tudo que estiver vinculado ao interesse público e ao interesse do público – se apoia em definições técnicas e éticas que, não sendo precisas, também abrem espaços para interpretações que tencionam as forças políticas e sociais que determinam e, de forma indireta, subsidiam essa prática profissional (TEMER; TUZZO, 2020).

Em termos gerais, o profissional do jornalismo oscila entre considerações de ordem técnica e as diretrizes éticas que regulam, em termos ideais, a atividade, impulsionando ao mesmo tempo o seu caráter de serviço público, mas, também, temperando seu conteúdo com respostas aos anseios (por vezes bizarros, pontuais ou até mesmo egoístas) de parcelas dos seus receptores (SILVEIRA, 2009).

A partir da constante ascensão e expansão alcançadas pelos meios de comunicação (TV, rádio, internet), observa-se uma maior facilidade sobre as transmissões de diversas partidas esportivas, possibilitando trabalhar a transmissão de informações ao público de forma dinâmica em tempo real. Nesta relação, o cidadão torna-se um consumidor, que busca o acesso a informações e opções de lazer, colocando o jornalismo entre seu compromisso social e as condições econômicas essenciais para a sua existência (BERGER, 2011).

Segundo Coelho (2013), trabalhar com jornalismo esportivo não é tão simples quanto parece. Um jornalista esportivo é, antes de tudo, um jornalista. Ainda segundo Coelho (2013), é uma editoria que ainda sofre muito preconceito dentro do jornalismo por ser considerada “uma editoria menos importante”. Sendo o jornalismo esportivo uma área inferiorizada dentro do meio de jornalismo.

Nesse passo, é importante verificar além do próprio preconceito e inferiorização encontrado dentro do próprio meio jornalísticos pelo jornalismo de cobertura desportiva, os preconceitos ligados ao gênero no meio jornalístico (GEBHARDT, et. al. 2019). Assim, o próximo tópico aponta uma somatização de preconceitos ligados ao gênero e obstáculos para atuarem na área do jornalismo esportivo.

### 3.3 OBSTÁCULOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES NO ÂMBITO PROFISSIONAL

Ao longo dos anos, as mulheres vêm enfrentando de forma mais ativa os problemas vinculados à inclusão no mercado de trabalho e conseqüentemente ganhando mais espaço e destaque por sua força, eficácia e dinamismo (ABRAMA, 2007).

Por outro lado, as desigualdades históricas inerentes ao gênero feminino ainda persistem, principalmente quando discutimos os termos ocupacionais, sobretudo nas áreas profissionais com tradição masculinas, como indústrias, áreas de liderança e esportivas, onde as mulheres enfrentam estigmas tradicionalistas de marginalização da figura feminina nessas áreas de trabalho, acabando por constituírem minoria nessas áreas profissionais, reforçando e

conservando o panorama de segregação ocupacional com base na segregação por gênero (HRYNIEWICZ; VIANNA, 2018).

É preciso encontrar aliados para o espaço de articulação por uma perspectiva de gênero. É sobre reler a figura da mulher à luz dos estudos feministas e de gênero de forma a explicitar como regras informais relacionadas a percepções, estereótipos e inclusão no mercado de trabalho (AZEVEDO, 2016).

### **3.3.1 Segregação ocupacional**

O termo “segregação ocupacional” está fundamentalmente associado a uma assimetria dentro da contratação de trabalhadores pelas empresas, baseada em certas características, como sexo, cor, nacionalidade e qualificação profissional. Esse representa um problema social que encobre problemas sociais graves como o preconceito e a discriminação, o que acaba por ocasionar uma desigualdade de oportunidades sociais, principalmente para os grupos marginalizados à sociedade: mulheres, negros, indígenas e homossexuais (BAHIA et al., 2009).

Assim Silveira e Siqueira (2021, p. 3) apontam que a “segregação ocupacional reflete a associação entre a inserção em postos de trabalho e características, sejam estas produtivas (experiência ou escolaridade, por exemplo), sejam adscritas (gênero, raça, nacionalidade, origem socioeconômica, entre outras)”.

Além disso o autor aponta que a segregação ocupacional encontra-se inserido no viés uma desigualdade salarial fundada na diferença de gênero, onde além de uma descriminalização para assumir postos de trabalho, mulheres que superam esse paradigma estão sujeitas a diferenciações de salários dentro dos mesmos postos assumidos pelas figuras dominantes da área comumente a figura masculina (SILVEIRA; SIQUEIRA, 2021).

### **3.3.2 Padrões de beleza**

A aparência da mulher muitas vezes é um problema, principalmente quando remete-se aos padrões de beleza na atuação em diversas áreas profissionais. A aparência é um tópico muito abordado como motivador de seletividade, assédio, preconceito e discriminação dentro do mercado de trabalho, sendo ele muitas vezes determinantes para a inclusão/exclusão e credibilidade de mulheres em diversas profissões (BARROS, et. al. 2021).

O aspecto inerente à boa aparência, geralmente, está ligado ao assédio e a estereótipos no ambiente de trabalho devido aos atributos físicos das mulheres, além do menosprezo da

inteligência e qualificação da mulher, sobretudo devido a ideia arcaica de que ou a mulher é bonita ou inteligente, nunca os dois, o que irrefutavelmente tem por desmerecer o desenvolvimento pessoal e profissional dessas mulheres (FERREIRA, 2004).

Atualmente, por mais que as mulheres tenham alcançado mais independência financeira, uma das características da cultura patriarcal que ainda permanece é a objetificação do corpo feminino, uma vez que essa objetificação está intimamente ligada à função do corpo da mulher enquanto mero objeto de prazer sexual masculino (LIMA, 2016).

Além disso, a imagem da mulher está associada ao fato da mulher ser mais fraca ou frágil, onde essas necessitaram constantemente do auxílio masculino para conseguir desempenhar suas funções (GEBHARDT, et. al. 2019).

Esse tipo de preconceito é facilmente percebido no cotidiano, com “brincadeiras” ou comentários sexistas e patriarcais em relação ao tratamento as mulheres. Essa conduta sexista e machista acabando por fortalecer a normalização do preconceito, fazendo com que seja difundida cada vez mais como uma brincadeira inofensiva e não como algo agressivo e que insulta e menospreza a qualificação e potencial da mulher no desempenho de suas atividades profissionais (BAHIA et al., 2009).

### **3.3.3 Sexismo e patriarquismo**

Entre as diferentes possibilidades de expressão do preconceito encontra-se o Sexismo. O sexismo é o preconceito ou discriminação com base no sexo ou gênero, esse compreende avaliações negativas e atos discriminatórios dirigidos às mulheres, em função de sua condição de gênero (MESQUITA FILHO, et. al. 2011). O sexismo cria desigualdade entre diferentes sexos e gêneros. Nesse sentido, o sexismo influencia ativamente no preconceito e na exclusão que impõe às mulheres barreiras, associadas a possibilidade de desempenhar funções, ou mesmo de obter espaço e representatividade seja em aspecto pessoal como no meio profissional, impedindo-lhes assim de ter as mesmas oportunidades que os homens (FERREIRA, 2004).

Em síntese, para as teorias feministas, o sexismo pode ser entendido como um resquício da cultura patriarcal, isto é, como um instrumento utilizado pelo homem para garantir as diferenças de gênero, que se legitima através das atitudes de desvalorização do sexo feminino que vão se estruturando ao longo do curso do desenvolvimento, apoiadas por instrumentos legais, médicos e sociais que as normatizam (FERREIRA, 2004, p. 120).

O conceito de “patriarcado” é apresentado como o mecanismo invisível que se conecta de série de eventos possivelmente isolados, interligados a experiências de mulheres de origem, raça e cultura diferentes, e variando em força muito do trivial e pessoal de mulheres de origem e geopolítica (AZEVEDO, 2016).

O modelo e a ideia de uma sociedade baseada no patriarcado colocaram a mulher em uma situação submissa, de ter que cumprir suas obrigações de acordo com as regras impostas a elas. Desde que nascemos, somos ensinadas sobre o que fazer e sobre o que não fazer, de acordo com o nosso gênero. Meninas devem usar rosa e meninos devem usar azul. O doutrinamento de gênero impregnado na sociedade nos faz pensar que “ser menino” ou “ser menina” fazem parte de uma hierarquização, onde aprendemos que meninos podem fazer mais coisas e que as meninas devem ser submissas e mais cuidadosas. E assim acontece em diversas esferas da nossa sociedade. Seja no mercado de trabalho, em casa e até mesmo nas escolas (GEBHARDT, et. al. 2019, p. 240).

Devido a ainda muito forte cultura patriarcal, que associa a submissão da mulher em detrimento do apoio e suporte financeiro provenientes dos homens, onde é esperado um comportamento imposto pela imagem masculina, as mulheres encontram-se ligadas a conceitos comportamentais dentro e fora no meio de trabalho, o que resulta em um preconceito e discriminação para as mulheres que lutam para ocupar seu espaço no campo profissional, em detrimento da aparência física e dos comportamentos patriarcais impostos a elas (HRYNIEWICZ; VIANNA, 2018).

Visto que o problema da discriminação feminina não trata somente de incorporar mulheres nas múltiplas áreas de trabalho, mas de transformar profundamente uma ordem social sexista e patriarcal de dominação masculina, onde a inclusão das mulheres está condicionada à vontade masculina, onde são ditadas aparência, comportamentos, ideias e vontades (AZEVEDO, 2016).

#### 4.4 MULHERES JORNALISTAS

A profissão de jornalista exige muita dedicação e várias horas de trabalho, por isso quem trabalha na área tem que ser apaixonado pela profissão. É uma carreira que na grande maioria das vezes não muito bem remunerada quanto deveria, pelo que trabalha. “(...) quem vai trabalhar em jornal tem de gostar muito da profissão, ter prazer em exercê-la e pendor para a sua prática; se for só para ganhar a vida, há outras profissões com remunerações bem mais gratificantes” (TRAVANCAS, 1992, p. 76).

Comentando sobre a paixão que, de certa forma, a ocupação a seu ver exige, acha que ela não discrimina a mulher; ao contrário, é uma profissão de mulher, na medida em que exige abnegação e entrega qualidades muito femininas (...). Emprega-se o termo “invasão”, ao se referir à presença das mulheres nas redações. Enfatiza ainda que é raro encontrar mulheres em cargo de chefia ou em esporte. Para compensar, na área de reportagem, as mulheres estão em maioria. Supões haver duas razões para isso: o fato de a mulher se esforçar mais, ser mais dedicada e de seu salário ser geralmente menor. (TRAVANCAS, 1992, P. 76)

Em *Elas ocuparam as redações*, Luiz Garcia, editor de opinião do jornal *O Globo* comenta sobre o diferencial que a mulher levou ao jornalismo.

A mulher trouxe para o jornalismo algo que faltava nas redações quase exclusivamente masculina nas décadas de 50 e 60 (...) o processo de transformação do jornalismo, que deixou de ser uma escada para posições consideradas mais respeitáveis, muito deve àquelas profissionais que se satisfaziam em ser boas jornalistas. (ROCHA, 2006, orelhas)

Em depoimento ao livro *Complexo de Clark Kent*, a jornalista Marília Gabriela comenta sobre o que dificulta e onde facilita ser mulher no jornalismo, e a que patamar uma mulher pode conseguir chegar.

Quando comecei era mais difícil. Passei por dois governadores em São Paulo que tinham baixa estatura, então fui proibida de fazer entrevista em pé. Não é ridículo? Passei pela proibição de entrar em campo de futebol e essas coisas todas. E até estourar na praça eu tive que brigar muito para que não me passassem a perna na questão salarial. Hoje em dia, acho que ajuda: ser mulher, na minha condição hoje, eu acho que ajuda. Há todo um charme de querer dar entrevista para aquela mulher Marília Gabriela. Mas não tenho o menor pudor em dizer isso, digo por critério mesmo: se algumas coisas estão mais fáceis é porque alcancei um estrelato, então tem gente que quer me dar entrevista eu dificilmente deixo de falar com qualquer autoridade neste país se eu pegar o telefone pessoalmente para chamar. Dificilmente uma autoridade ou um empresário deixa de dar uma resposta a uma pergunta feita por mulher, e no meu caso menos ainda. (VIEIRA, 1991, p. 81)

Apesar de as jornalistas terem ocupado as redações e várias das editorias, elas ainda passam por problemas comuns a qualquer outra profissão. A diferença salarial e a falta de tempo com sua dupla jornada são alguns dos exemplos. Mas os avanços e as conquistas são notáveis se comparar a 30 anos atrás (FROZZA, 2008). Por mais que ainda possa existir preconceito, as mulheres derrubaram barreiras e conquistaram seu espaço e respeito, mostrando sua capacidade.

As mulheres também já começaram a ocupar uma posição completamente dominada por homens, invadiram também o gramado do futebol masculino. As partidas são apitadas por juízas com o auxílio de bandeirinhas mulheres que conquistaram o respeito dos jogadores,

conseguindo controlar uma partida de futebol assim como os juízes do sexo masculino. Um grande avanço para uma sociedade machista e preconceituosa que ainda vivemos.

Grandes nomes surgiram para marcar a presença feminina no jornalismo esportivo. A participação das mulheres no esporte e a credibilidade do jornalismo esportivo estão nas mãos delas, que desde a Grécia Antiga, lentamente, conquistaram com méritos seu espaço (RAMOS, 2008).

Nos tempos recentes, as mulheres conquistaram um espaço considerado nas coberturas esportivas, quebrando tabus e preconceitos. Nas emissoras de TV aberta como a *TV Globo*, as mulheres estão à frente do principal programa de esportes, o *Esporte Espetacular*, transmitido nas manhãs de domingo, apresentando e fazendo reportagens. Não só na *Globo* as mulheres têm participação, na *Band* e na *Rede Record* conquistaram importante espaço comentado nos principais programas do gênero nas emissoras. Nos canais de TV por assinatura *Sportv ESPN Brasil*, elas apresentam programas e fazem comentários sobre esportes em geral, inclusive sobre futebol.

No campo esportivo, o ingresso do sexo feminino foi mais demorado. Coelho (2003) afirma que “era quase impossível ver mulheres no esporte até o início dos anos 1970”. Um dos motivos dessa dificuldade, de acordo com Renato Matte, diretor de esportes da RBS, em entrevista à Anelise Frozza (2008), se dava pelo ambiente esportivo.

A ausência delas nesse tipo de função em anos anteriores e a dominação de homens no jornalismo esportivo são justificadas pelo fato de antes haver uma situação que hoje não existe mais, a entrevista dentro do vestiário. A entrada de repórteres mulheres nos vestiários era muito mais demorada que a de repórteres homens, já que elas deveriam esperar os jogadores tomarem banho e se vestirem adequadamente, enquanto os jornalistas homens acessavam rapidamente os vestiários e faziam suas entrevistas muito antes que elas. Hoje, com a modernização dos clubes e a criação de salas de imprensa, tanto o jornalista homem quanto a jornalista mulher conseguem, ao mesmo tempo, entrevistar jogadores e comissão técnica sem nenhuma dificuldade ou constrangimento (FROZZA, 2008, p.50).

Podemos observar que, com o passar dos anos, a mulher começou a apresentar programas esportivos, a participar de reportagens sobre futebol e outros esportes também, o que antigamente não se via a mulher em nenhum programa, comentando sobre esportes, fazendo alguma entrevista etc. A partir do momento que estavam representadas no esporte, o jornalismo esportivo também passou a chamar a atenção feminina. Para Dorigon (2015), isso ocorreu.

Porque a mulher que praticava esporte se sentia capaz, entendia as regras do jogo e desejava passar esse conhecimento, assim como faziam os homens. [...] As mulheres foram utilizadas, inicialmente, não porque poderiam, de fato, contribuir com as redações, compartilhar seus conhecimentos ou porque as emissoras de TV, jornais

resolveram democratizar as editorias de esporte. O feminino chegou às redações, salvo às exceções, devido à sua imagem, para fazer merchandising, atrair os olhares masculinos e quebrar o padrão de vozes e discursos dos apresentadores (DORIGON, 2015, p.30).

Somente na década de 1990, algumas jornalistas começam a ter destaque no cenário esportivo. Mylena Ciribelli apresentava os boletins esportivos sobre os Jogos Olímpicos de Seul e de Fórmula 1 em 1988, pela TV Manchete e, em 1991, começou a trabalhar no “Globo Esporte” e no “Esporte Espetacular”, programas esportivos da Rede Globo.

Foi somente no ano de 2002 que uma mulher protagonizou um grande evento esportivo: a Copa do Mundo. Fátima Bernardes, na época, apresentadora do Jornal Nacional, foi repórter especial da seleção brasileira. A atuação de Bernardes foi lembrada no livro “Jornal Nacional, a notícia faz história” (2004):

Durante a competição, Willian Bonner continuou apresentando o Jornal Nacional no Brasil, enquanto Fátima Bernardes entrava ao vivo do Japão ou da Coreia. O trabalho da jornalista acompanhando os principais momentos da seleção brasileira foi amplamente elogiado pela imprensa. Fátima Bernardes chegou ao final da cobertura com o status de “musa da Copa”, título dado pelos próprios jogadores brasileiros (ZAHAR, 2004, p. 32).

Desde a repercussão do trabalho de Fátima Bernardes, várias jornalistas começaram a atuar na área de esporte, inclusive cobrindo futebol, esporte majoritariamente masculino, tanto na audiência quanto nas equipes de reportagem. Podem ser citados nomes como Renata Fan, Glenda Koslowski, Mariana Becker, Mylena Ciribelli, entre outras. Righi (2006) afirma que a atuação das mulheres no jornalismo esportivo ainda se restringe a determinadas áreas.

Dessa forma, o preconceito ainda é muito grande para com as jornalistas, assim como as dificuldades enfrentadas por elas no combate à desigualdade da área, falta de oportunidades, um espaço que as mulheres jornalistas têm batalhado para conquistar (RIGHI, 2006).

Ao longo dos anos, foi possível ver o destaque das mulheres nas mais diversas editorias dos jornais como, por exemplo, a jornalista Fátima Bernardes, que expõe as características que a fizeram se tornar uma jornalista na obra que reuniu depoimentos de várias jornalistas, *Jornalismo: Profissão Mulher* de Lia Habib (2005, p. 83):

Sou uma pessoa que tive a felicidade, aos 16 anos, de escolher a carreira certa. Sou apaixonada pelo que faço, em todos os sentidos, me dedico muito. Faço o que gosto e com prazer. Nós somos muito exigentes com nós mesmas e acabamos sendo com os outros também. Acrescentamos com a nossa maneira de ver o mundo, com a nossa experiência de mãe, nós somamos. Nunca houve nada que eu quisesse fazer que eu não tivesse feito. Já fiz polícia, presídio, violência, esporte, política (HABIB, 2005, p. 83).

Portanto, o aumento do número de mulheres em ocupações do mercado de trabalho é crescente e evidente (BIROLI, 2018). Elas conquistaram lugares em áreas que antigamente o homem era mais presente, como nas de engenharia, medicina e cada vez mais é vista a presença das mulheres no jornalismo esportivo.

#### 4.5 MULHERES NO JORNALISMO ESPORTIVO

O fato é que, mesmo com todas as evoluções ocorridas na sociedade até agora, as mulheres, muitas vezes, ainda encontram dificuldades em trabalhar na editoria. “As mulheres tiveram (e ainda têm) que lutar bastante para receber o mesmo reconhecimento que seus colegas de trabalho recebem, sem distinção, sem que seu trabalho seja qualificado como bom ou ruim apenas pelo fator biológico; mas sim, pelo conteúdo apresentado” (AGUIAR, 2012, p. 35).

Ao longo da história, observam-se relações de desigualdade entre homens e mulheres, em diversos âmbitos no campo profissional é visto segregação ocupacional, falta de oportunidade para as mulheres, além de uma ampla diferença salarial entre homens e mulheres (TAVARES, 2019).

Durante muito tempo, as mulheres desempenharam funções secundárias e em diversos aspectos foram coadjuvantes de funções desempenhadas por homens. No jornalismo esportivo não foi diferente, as mulheres tiveram que lutar muito para ocupar lugares considerados masculinos (SANTOS; TEMER, 2018).

No decorrer dos anos, as mulheres jornalistas conseguiram adentrar em um espaço dominado por homens, por exemplo, na cobertura das atividades desportivas da televisão (FROZZA, 2008).

Antigamente, as mulheres eram canais de transmissões apenas para as próprias mulheres, com assuntos que interessavam somente ao sexo feminino. Mas depois, as mulheres passaram a noticiar cada vez mais assuntos de interesse, predominantemente, masculino (DORIGON, 2015).

O desenvolvimento da mulher na área aconteceu de forma gradativa e aos poucos elas ganharam credibilidade para falar de esporte. Mostraram que poderiam ter conhecimento sobre o assunto e cada vez mais compuseram o grupo de comentaristas, repórteres e apresentadoras esportivas. Na Copa do Mundo de 2014, por exemplo, várias mulheres foram destaques nas coberturas dos jogos de futebol. Além das apresentadoras dos programas, várias repórteres, inclusive de campo, mostraram potencial (ZAHAR, 2004).

Atualmente, é notável o aumento das mulheres atuando dentro do telejornalismo esportivo. Até mesmo no esporte houve um crescimento considerável de mulheres participando de diversas competições que antes eram restritas a elas (GEBHARDT, et. al. 2019). Com isso, as mulheres estão com mais liberdade; elas entendem das diversas modalidades esportivas: basquete, rali, fórmula 1, futebol etc.

Além disso, o jornalismo não foi e não continua sendo diferente, pois o jornalismo passou por grandes e importantes mudanças, e deu a elas cada vez mais abertura para inclusão. Nesse espaço tão amplo e diversificado dentro do jornalismo, que pode ser desbravado tanto por homens quanto pelas mulheres, a participação feminina tem sua importância, dando credibilidade aos trabalhos de ambos os gêneros, sem qualquer discriminação (SANTOS, 2018).

Com a história do jornalismo esportivo não foi muito diferente, segundo Coelho (2003):

Era quase impossível ver mulheres no esporte até o início dos anos 70. Hoje, quase cinquenta anos se passaram e a equidade de gênero no jornalismo esportivo parece utópica, porém, mulheres como profissionais do esporte alcançaram maior espaço nas editorias e redações esportivas, mas está longe de ser equivalente.

No tempo presente, a abertura está cada vez maior com a presença feminina em atuação. Sabemos que não só no jornalismo, mas também, em outras áreas, a mulher alcançou a liberdade de atuar, comentar e produzir programas esportivos.

Ademais, as mulheres apresentadoras de programas esportivos, repórteres, narradoras e comentaristas, ainda são vistas com descredito pela maioria dos homens, segundo Renata Mendonça, em uma entrevista falando acerca deste assunto explicou: “quero que comentem minha opinião sobre futebol.”, ratificando assim o pensamento de que a sua perspectiva sobre futebol também precisa ser levada em consideração, visto que é bem entendida desta temática (COELHO 2013).

#### 4.5 JORNALISMO FEMININO EM NÍVEL NACIONAL

Todos merecem ter uma profissão valorizada, um trabalho reconhecido, e isso inclui também o trabalho da jornalista esportiva. É impossível abordar o tema proposto e não mencionar o preconceito que ainda existe da parte do público masculino, tão presente no universo esportivo. A discriminação é evidente, sobretudo por causa da própria cultura

brasileira. Todavia, aos poucos, a mulher vem mostrando que tem competência suficiente para ingressar nesse universo dominado pelo homem (BAGATINA, 2018).

No ramo do jornalismo esportivo, o acesso da mulher aconteceu a partir da década de 1970, representando uma quebra de padrão, pois antes disso, apenas os homens eram responsáveis por fazer coberturas esportivas, considerando assim que essa profissão fosse considerada masculina por muito tempo (COELHO, 2003).

Na contemporaneidade, a entrada de mulheres nessa área tem se fortalecido em esfera nacional, ampliando as oportunidades para as mulheres que trabalham expandindo a cobertura do esporte (BAGATINA, 2018). Apesar do pouco espaço dado aos jornalistas esportivas, elas têm demonstrado que é possível atuar nesse ramo do jornalismo, sem que se perca a qualidade da notícia.

A mulher consegue desmitificar a ideia de que o mundo dos esportes só pertence aos homens e que elas não têm competência para discutir. O poder de comunicação contribui para que as mulheres consigam conquistar credibilidade do público ao assistir um programa e ter como protagonista uma mulher apresentando (MOTA, 2011).

Há um pequeno crescimento na participação de mulheres no jornalismo esportivo, mas ainda é inferior, em muitos casos, à dos homens. Aos poucos, entretanto, as jornalistas mulheres já começaram a firmar o seu espaço nesse tipo de atividade, oferecendo através da mídia televisiva um canal de informações, mantendo o compromisso com a verdade dos fatos e mostrando que o jornalismo esportivo ainda é um campo de discriminação e um desafio de luta por ambiente e oportunidades (OLEVEIRA; OLIVEIRA, 2017).

Da mesma forma que os meios de comunicação não noticiam os eventos esportivos femininos, raramente abrem espaços para as mulheres comentarem, descreverem ou narrarem assuntos relacionados ao esporte. O papel das mulheres ainda está restrito em alguns programas televisivos ao domínio masculino. Elas podem apresentar programas, fazer algumas matérias sobre determinados esportes, mas dificilmente encontram espaços para comentar, opinar e falar o que acham certo no esporte brasileiro ou narrar eventos esportivos (RIGHI, 2006, p.29).

O crescimento da mulher na cobertura esportiva dá ênfase às conquistas alcançadas na produção da notícia, através das mulheres que atuam na televisão (BRASILIANSE, 2008). Deste modo, a presença delas como escritoras, narradoras, comentaristas, chefes de edição, repórteres, diretoras, apresentadoras seja no entretenimento ou no jornalismo, torna o ambiente jornalístico gradativamente mais plural.

A inserção de mulheres no mundo do jornalismo esportivo brasileiro era rara, não se viam mulheres nas bancadas dos programas esportivos de TV, comentando os jogos, narrando

as partidas, nas reportagens dentro dos estádios de futebol, seja no vôlei, natação, basquete, dentre tantas modalidades, as mulheres não tinham espaço para expressar suas opiniões, seus pensamentos e a sua participação nas coberturas esportivas jornalísticas (BRASILIANSE,2008).

Cotidianamente é importante a discussão com respeito às representações femininas pelos meios de comunicação, do mesmo modo que a participação de mulheres no ambiente desportivo, na construção de novas identidades, novas pautas feministas que representam não só os homens, mas as mulheres também (BIROLI, 2018).

O aumento da presença feminina no jornalismo esportivo na televisão nas últimas duas décadas não significou grandes mudanças na rotina das 29 redações. O papel das mulheres ainda está restrito em alguns programas televisivos ao domínio masculino. Todas elas podem apresentar programas, fazer algumas matérias sobre determinados esportes, mas dificilmente encontram espaços para comentar, opinar e falar o que acham certo no esporte brasileiro ou narrar eventos esportivos (RIGHI, 2006 apud BAGGIO, 2012, p. 28-29)

Hoje em dia, nota-se a presença feminina nos programas esportivos da TV, narrando as partidas de futebol por exemplo, nas transmissões dentro dos estádios, e isso é uma grande conquista por parte das mulheres. A presença feminina na cobertura de caráter esportivo agrega a visão de que esta pode exercer sua profissão sem esquecer o lado feminino, acrescentando características inerentes tais como, a delicadeza, a sensibilidade, um espírito mais emotivo, fazendo com que não só o público masculino se sinta atraído, mas também outras mulheres tenham interesses na cobertura esportiva (ROCHA, 2006).

Portanto, notamos que ao fazer parte do jornalismo, as mulheres não apenas alcançam novos espaços e o direito de escolher por uma carreira profissional de seus interesses, como também quebram paradigmas na cobertura esportiva, o que faz de um espaço até então exclusivamente masculino, um ambiente acessível de igualdade entre os gêneros. Todavia abre espaço para a valorização do trabalho da mulher em ambientes tipicamente masculinos, o que traz a ideia de que a cobertura jornalística esportiva na TV ainda seja classificado por muitos como um campo masculino, a partir dessa reflexão (BRASILIANSE,2008).

É fundamental lembrar que não são os homens que entendem de esportes e sua gama de modalidades, as mulheres também conseguem ampliar sua visão de que a cobertura televisiva esportiva não é só cobertura de futebol. O papo de homem também virou papo de mulher e inclusive no futebol, as mulheres mostram que vieram para somar nas coberturas dos jogos (OLIVEIRA; OLIVEIRA, 2017).

Após conquistar espaços, as mulheres conseguem crescer na cobertura esportiva jornalística. Percebe-se, assim que o público em geral, não enxerga mais a participação feminina dentro da área do telejornalismo esportivo, como algo estranho ou mesmo errado, contudo, mesmo as mulheres tendo mais espaço nessa editoria, ainda se fala muito pouco sobre a qualificação dessas apresentadoras, sendo visível que mesmo com a busca por formação pessoal e o enriquecimento intelectual, muitas vezes sofrem por preconceitos e as dificuldades com a visão de sua identidade visual (gênero e aparência física) ainda continuamente sendo ligada a sua capacidade de desempenhar o jornalismo de cunho técnico especializado (AGUIAR, 2012).

#### 4.6 IDENTIDADE VISUAL E CONTEÚDO EXPOSTO

A identidade visual (imagem) do jornalista é importante em seu trabalho é que eles se relacionam criticamente com o que está sendo transmitido. É assim que significa representação externa e é exatamente o posto do auto retrato que os porta-vozes da imprensa operam em nome de uma empresa (REIMBERG, 2015).

Dessa forma, um ponto a ser discutido dentro do jornalismo esportivo, é a imagem da mulher, especialmente na TV, local em que a profissional está em contínua apresentação. Os telejornais e os programas esportivos, a cada ano que passa, investir na imagem feminina, com o intuito de obter a atenção do público, formado em sua maioria por homens (ROCHA, 2006).

Com efeito, a presença da mulher na área esportiva agrega ao jornalismo especializado a visão de que esta pode exercer sua profissão sem esquecer o lado feminino, acrescentando a esse universo de características inerentes ao sexo frágil, tais como, a delicadeza, a sensibilidade, um espírito mais emotivo, verificado de uma ótica diametralmente oposta ao homem, fazendo com que, não só o público masculino, mas que, principalmente, outras mulheres se sintam atraídas e se interessem ao mundo esportivo, alavancando a audiência das grandes emissoras (SANTOS, 2018).

Assim é importante destacar as eventuais conquistas alcançadas na produção da notícia esportiva através de mulheres que atuam na televisão, rádio, revistas e jornais impressos, dentre outros veículos de informação.

No programa jogo aberto, apresentado semanalmente, somente sobre esportes, principalmente sobre o futebol, é transmitido pela TV Bandeirantes, que vai ao ar também pelo plataforma Youtube, todos os dias, das 11h às 13h, os comentários que aparecem durante o programa na plataforma, são na maior parte, dos homens, comentários estes como, a

apresentadora é muito linda, a atraente, e sexy, se referindo a Renata Fan, a apresentadora do programa (ÁVILA, 2009).

Ainda tratando do corpo, a aparência física e os cabelos recebem um espaço de destaque. A aparência física e a valorização das partes do corpo mudam conforme a sociedade e a época. Por longo tempo, as formas arredondadas foram sinônimo de beleza. No século XX, as pernas são postas à vista, valoriza-se doentamente a magreza. Pintados, descritos e representados como símbolo sexual e erótico, os cabelos femininos são objeto de desejo (ÁVILA, 2009, p. 250).

O conteúdo por trás da imagem não depende da beleza no dia a dia, o que se enxerga, e a valorização do corpo e da boniteza, fatores que estão presentes no jornalismo, principalmente no esportivo, sendo assim, mais difícil para que as mulheres, que são testadas diariamente, possam provar a sua competência ao transmitirem as ideias (HABIB, 2005).

Em se tratando de apresentadoras, os telejornais brasileiros adotaram um padrão de imagem. O uso da beleza feminina em reportagens ou os programas esportivos, não é difícil perceber. Entretanto, no jornalismo esportivo, um padrão não é observável, mas é exploração das “várias belezas” das mulheres brasileiras. Mesmo sem o cabelo ter um tamanho específico, longo ou curto, por exemplo, o padrão existe no sentido da exploração do retrato (BAGGIO, 2012).

Apesar da grande participação e das conquistas nos dias atuais, mulheres ainda lutam para terem suas atuações reconhecidas, mostrando que o conhecimento sobre esportes, está além dos estereótipos de beleza física (ROSE, 2017).

Na TV brasileira, sejam em canais pagos ou abertos, já não é mais difícil encontrar nos programas esportivos apenas a presença de homens, apresentando nas bancadas ou nas reportagens. As mulheres vêm ocupando seu lugar os programas esportivos da TV, mostrando sua capacidade de autoconhecimento sobre esportes, principalmente o futebol (BAGGIO, 2012).

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

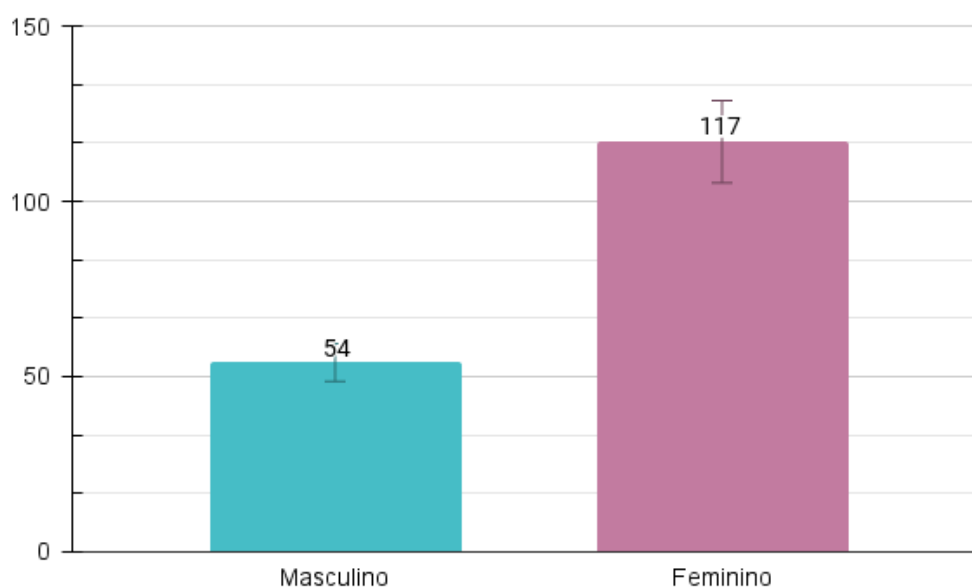
Esse capítulo descreve os resultados obtidos por meio de 10 perguntas aplicadas por meio de questionário digital. À princípio essas perguntas foram direcionadas ao público em geral de forma em que a identidade dos participantes forma tratadas de forma anônima.

Primeiramente, foi levantado a diversidade de gênero (feminino ou masculino) dos participantes do estudo, e ao decorrer das perguntas foram sendo filtrados os participantes cujas respostas seriam incluídas dentro do estudo, a partir da sua assiduidade como telespectador de telejornais esportivos.

Por fim, as respostas foram analisadas de forma quantitativa a partir da diversidade de respostas com o apoio visual de gráficos e tabelas, sendo esses dados percentuais entre a diversidade de resposta analisada de forma gera e por meio de divisão de respostas por gênero de participante.

No gráfico 1 são apresentados o número de participantes iniciais do estudo, divididos por gênero, sendo essas respostas obtidas a partir da aplicação da primeira pergunta disponibilizada no formulário, cuja pergunta consistia em determinar a identidade de gênero de cada participante do estudo.

**Gráfico 1** – Gráfico de respostas do Formulários. Pergunta n° 1. Título da pergunta: Seu gênero?

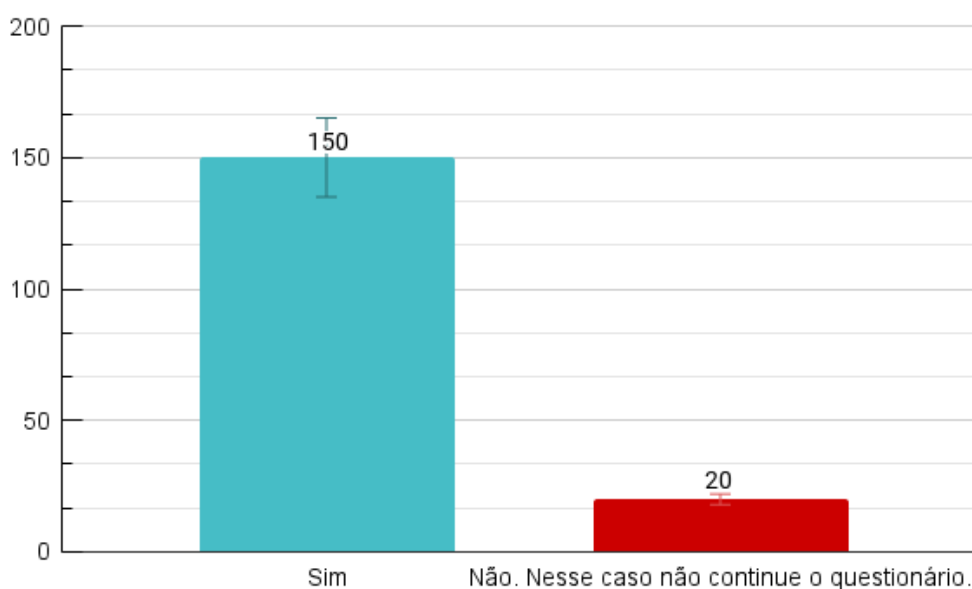


Fonte: Elaboração da autora, 2022.

Nesse tópico obteve-se o quantitativo de inicial de respostas de 171 respostas, sendo que 117 indivíduos se identificaram como gênero feminino, 54 como masculino. Dessa forma, foi visto uma maior participação no estudo pelo gênero feminino, esse apontando um percentual de 68,4% de mulheres e de 31,6% de homens no estudo. Esse valor sendo reformulado após a eliminação de indivíduos não aptos após a pergunta 2 do questionário.

Com os valores provenientes do retorno da segunda pergunta do formulário cujo título foi “Você assiste a algum programa esportivo?” é formulado a criação do Gráfico 2. Essa pergunta é de suma importância para os objetivos da pesquisa, pois através dela buscou-se filtrar a participação dos indivíduos focos desse estudo (telespectadores de telejornalismo esportivo), isso tornar-se possível através das alternativas de respostas sendo elas: “Sim ou Não. Nesse caso não continue o questionário”. Dessa forma, os indivíduos que não assistem programas esportivos não seriam participantes das posteriores perguntas do questionário. Portanto, as posteriores perguntas seriam respondidas especificamente pelo público telespectador do telejornalismo esportivo.

**Gráfico 2** – Gráfico de respostas do Formulários. Pergunta nº 2. Título da pergunta: Você assiste a algum programa esportivo?



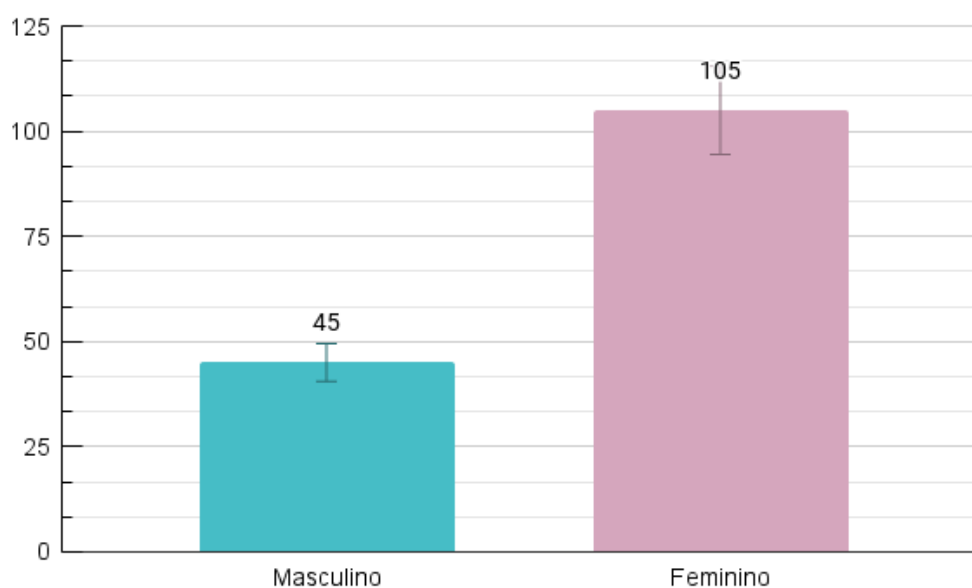
Fonte: Elaboração da autora, 2022.

A partir desse ponto foram eliminados da pesquisa 20 participantes iniciais do estudo, já que esses não poderiam expor uma opinião significativa ao estudo já que esses não assistem telejornais esportivos. Assim, suas respostas não poderiam expor uma visão significativa e

relevante para o foco do estudo. Assim, posteriormente o estudo aborda as respostas dos 150 participantes.

Do total de participantes da pesquisa foram eliminadas 16 pessoas do gênero feminino e 4 do gênero masculino. Assim isso resultou na participação final de 105 indivíduos do gênero feminino (70%) e 45 indivíduos do gênero masculino (30%). Esse total está exposto a seguir no Gráfico 3, que apresenta o quantitativo de participação e sua distribuição por gênero.

**Gráfico 3** – Distribuição final de participantes por gênero.

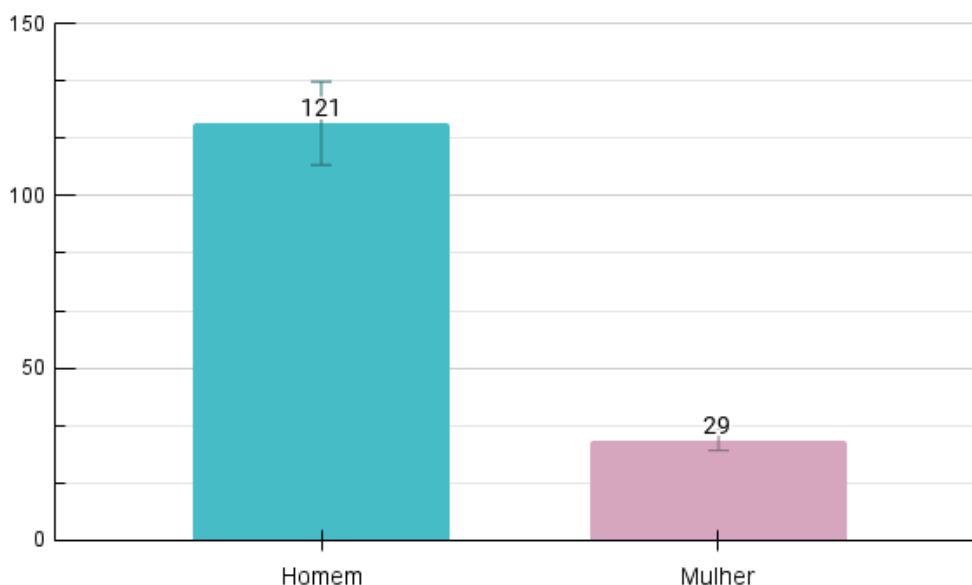


Fonte: Elaboração da autora, 2022.

Com a apresentação sobre o percentual gráfico de participantes por gênero é visualmente evidente a superioridade da participação feminina sobre as posteriores 8 perguntas desenvolvidas dentro do questionário digital.

O Gráfico 4 expressa as respostas auferidas sobre a percepção direta no que diz respeito a identidade visual de gênero (homem ou mulher) como apresentadores de telejornalismo esportivo. Esse tópico obtendo a participação de 150 telespectadores de telejornalismo esportivo participantes.

**Gráfico 4** – Gráfico de respostas do Formulários. Pergunta n° 3. Título da pergunta: O que vem à cabeça quando pensa em apresentador do programa esportivo?



Fonte: Elaboração da autora, 2022.

Esse tópico obteve um amplo apontamento sobre a opinião do público da imagem masculina na função de apresentador de telejornal esportivo, apontando o valor de 121 respostas como a imagem do apresentador de programa esportivo como homem e apenas 29 respostas apontaram a imagem da mulher ligada à percepção de apresentadores de programa esportivo, isso sendo equivalente percentualmente de 80,7% homem contra 19,3% mulheres.

Apesar dessa grande diferença sobre a percepção do público diante da identidade visual de gênero dos apresentadores de programas de cunho esportivo (80,7% homem contra 19,3% mulheres), percebe-se que esse percentual não é um percentual insignificante, levando em conta o contexto histórico da participação exclusiva masculina no campo do telejornalismo, principalmente quando trata-se do jornalismo ligada diretamente à cobertura esportiva. Portanto, mesmo que seja possível caracterizar uma ligação da mulher à identidade visual dentro do jornalismo esportivo inferior à 20%, esse percentual já caracteriza um avanço na visão do público sobre a aceitação feminina nessa área profissional.

A tabela 1, a seguir, demonstra a distribuição de respostas pelo gênero dos participantes, sobre a identidade de gênero ligada à profissão de apresentador(a) de telejornalismo esportivo. Assim obtemos as seguintes respostas e dados amostrais sobre a pergunta n° 3:

**Tabela 1-** Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 3, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.

<b>Alternativas de resposta pergunta n° 3.</b>	<b>Feminino</b>	<b>Masculino</b>
Homem	85	37
Mulher	19	9
<b>Total</b>	104	46

Fonte: Elaboração da autora, 2022.

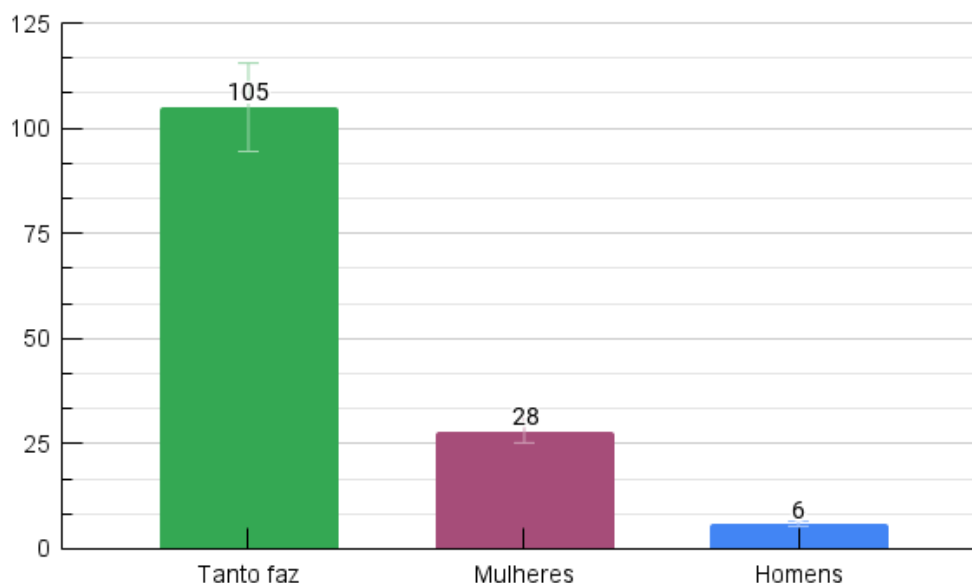
Quando estabelecemos uma ligação entre o gênero e os resultados apresentados é visível que dentre o gênero feminino o percentual de 81,7% de mulheres que estabelecem a ligação da profissão com a figura do gênero masculino (Homem) como apresentador de telejornal esportivo e 18,3% dizem estabelecer a ligação da profissão com a imagem de apresentadora do sexo feminino com a profissão.

Dentre os participantes de gênero masculino os resultados apresentam o percentual de 80,4% com a imagem do apresentador de telejornal esportivo como sendo desenvolvido por um Homem, já entre a ligação com a imagem da Mulher como apresentadora esportiva, esse apresentou o percentual quantitativo de 19,6%.

Assim, é visto que mesmo entre os participantes do sexo feminino e masculino a distribuição entre a imagem de gênero do apresentador(a) de programas esportivos ainda e extremamente superior à atuação do homem no desempenho da função.

O Gráfico 5, demonstra a preferência pessoal dos participantes do questionário digital, sobre o gênero (apresentador ou apresentadora) dos programas esportivos. Esse tópico apresentou um total de participação de respostas de 139 dos 150 indivíduos participantes do questionário. Apesar da não participação de respostas de 11 indivíduos, os valores obtidos apontaram explicitamente que a 75,5% dos participantes do questionário digital (139 indivíduos) não apresentam uma preferência específica perante o gênero e a identidade visual dos apresentadores de programas esportivos.

**Gráfico 5** – Gráfico de respostas do Formulários. Pergunta n° 4. Título da pergunta: Você prefere assistir o programa esportivo apresentado por:



Fonte: Elaboração da autora, 2022.

Analisando o gráfico 5, é visível essa não preferência entre os gêneros de apresentadores sendo computado 105 respostas (75,6%) como sendo irrelevante a preferência de gênero para os participantes, seguindo de 28 respostas (20,1%) como preferencialmente mulheres, o que demonstra uma opinião inesperada, superando a preferência masculina em programas esportivos, esse apresentando como preferência 6 respostas com o percentual de 4,3% das respostas.

A Tabela 2, apresenta o resultado quanto aos resultados obtidos pela pergunta n°4 a partir da divisão das respostas por gênero do participantes.

**Tabela 2-** Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 4, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.

<b>Alternativas de resposta pergunta n° 4.</b>	<b>Feminino</b>	<b>Masculino</b>
Tanto faz	68	35
Mulheres	22	7
Homens	3	4
<b>Total</b>	93	46

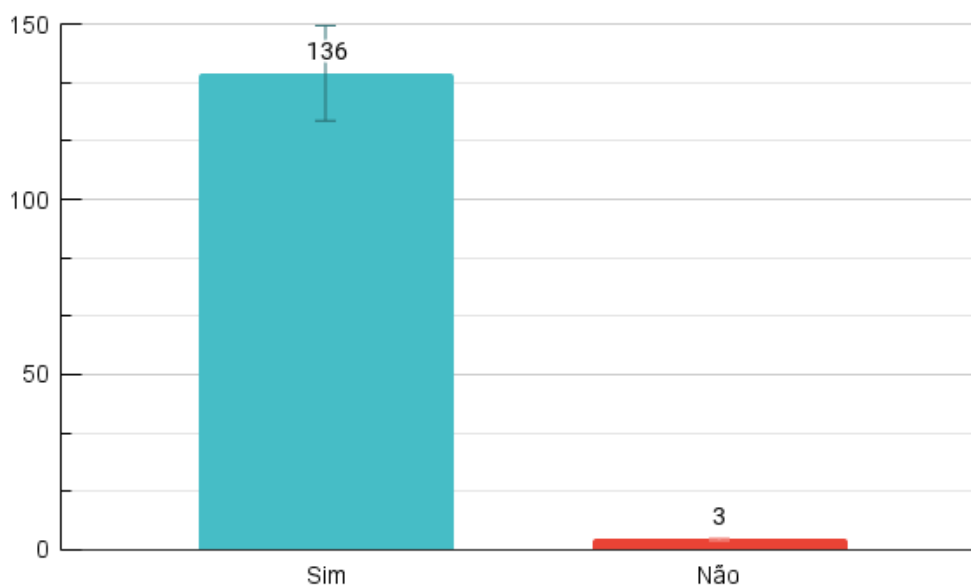
Fonte: Elaboração da autora, 2022.

Analisando-se as respostas pelo gênero dos participantes percebe-se dentre os participantes do gênero feminino o percentual de respostas que apontam o gênero do apresentador não é relevante (Tanto faz) corresponde a 73,1%, para a preferência de Mulheres como apresentadoras 23,7%, já para apresentadores Homens esse corresponde a 3,2%.

Analisando-se as respostas pelo gênero dos participantes masculinos apontam-se os percentuais de 76,1% como irrelevante o gênero do apresentador, 15,2% que preferem apresentadoras mulheres e 8,7% que apontam preferir a apresentação de programas esportivos por apresentadores homens.

O Gráfico 6 representa as respostas obtidas a partir da questão número 5 do formulário digital, cujo objetivo era buscar a opinião perante a credibilidade dos argumentos esportivos apresentados por apresentadoras do sexo feminino ao longo da apresentação dos programas esportivos. Sendo essa pergunta estabelecida com duas opções diretas de respostas, sendo elas: Sim ou Não.

**Gráfico 6** – Gráfico de respostas do Formulários. Pergunta n° 5. Título da pergunta: Quando você assiste a um programa esportivo apresentado por uma mulher, você sente confiança nos argumentos esportivos apresentados por ela?



Fonte: Elaboração da autora, 2022.

Esse tópico apresentou um total de participação de respostas de 139 dos 150 indivíduos participantes do questionário. Independentemente da não resposta de 11 participantes, os resultados obtidos foram expressivos com 92,7% dos participantes, obtendo como resultados

136 respostas expressando a confiança nos argumentos apresentados por apresentadoras femininas e 3 respostas expressando a incredulidade sobre os argumentos femininos expostos durante a apresentação de programas esportivos, ou seja, 97,8% positivas contra apenas 2,2 % das respostas negativas.

A seguinte tabela traz os resultados provenientes da divisão das respostas pelo gênero dos participantes.

**Tabela 3-** Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 5, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.

<b>Alternativas de resposta pergunta n° 5.</b>	<b>Feminino</b>	<b>Masculino</b>
Sim	91	45
Não	2	1
<b>Total</b>	93	46

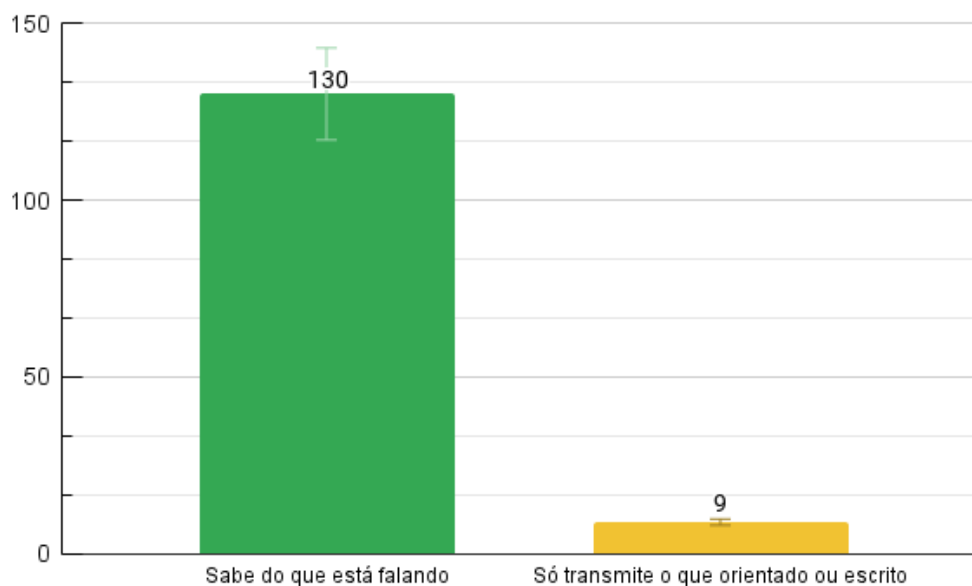
Fonte: Elaboração da autora, 2022.

Os percentuais de respostas pelos participantes do gênero feminino apresenta-se assim: Sim (97,8%) Não (2,1%). Dentre os participantes do gênero masculino obteve-se: Sim (97,8%) Não (2,2%). Assim, apesar do quantitativo amostral superior de respostas do gênero feminino, demonstra-se uma igualdade quando comparada a opinião dos participantes dentre os gêneros.

Ainda buscando trabalhar a credibilidade das apresentadoras de programas esportivos, foi desenvolvida a questão número 6 do questionário digital, cujo título e alternativas viáveis eram: Você acha que a apresentadora: “Sabe do que está falando” ou “Só transmite o que orientado ou escrito”.

Assim, o gráfico 7 está dispondo sobre os resultados obtidos a partir dessa questão, sobre a opinião dos participantes sobre o efetivo conhecimento técnico sobre o tema apresentado por elas (conteúdo esportivo).

**Gráfico 7** – Gráfico de respostas do Formulários. Pergunta n° 6. Título da pergunta: “Você acha que a apresentadora: Sabe do que está falando” ou “Só transmite o que orientado ou escrito”.



Fonte: Elaboração da autora, 2022.

Esse tópico obteve um total de respostas de 139 dos 150 indivíduos participantes do questionário. Com o total de 130 respostas como acreditam que as apresentadoras sabem do que estão falando e 9 respostas onde os participantes creem que as apresentadoras durante os programas esportivos só transmitem o que é previamente orientado para seu desempenho durante os programas. Apontando assim, para a 93,5 % com a opinião de credibilidade no conhecimento técnico das apresentadoras contra 6,5% que creem que as apresentadoras apenas transmitem informações repassadas a elas, para assim, desempenhar sua função jornalística durante a transmissão ao público.

A tabela 4 expressa os resultados amostrais das respostas classificadas pelo gênero dos participantes da pergunta de n° 6 do formulário digital.

**Tabela 4-** Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 6, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.

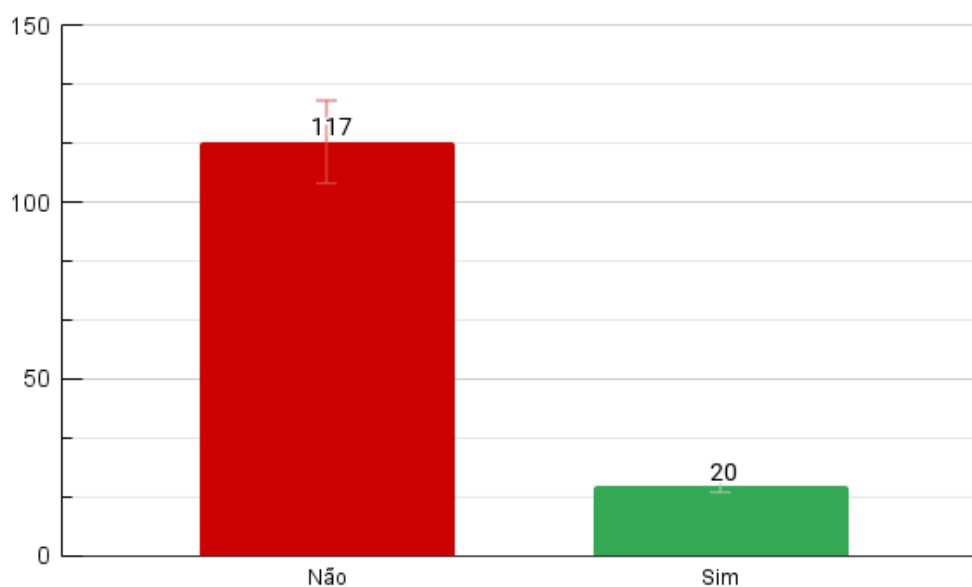
<b>Alternativas de resposta pergunta n° 6.</b>	<b>Feminino</b>	<b>Masculino</b>
Confia	87	42
Desconfia	6	4
<b>Total</b>	93	46

Fonte: Elaboração da autora, 2022.

Com a classificação percentual de respostas por gêneros obteve-se os seguintes resultados: Gênero Feminino: Confia – 93,5% e Desconfia – 6,5%; Gênero Masculino: Confia- 91,3% e Desconfia- 8,7%.

O Gráfico 8 apresenta os resultados obtidos a partir da análise da opinião dos participantes sobre a importância da boa aparência em comparação sobre os seus conhecimentos técnicos sobre o telejornalismo esportivo e seu domínio teórico referente ao mundo esportivo.

**Gráfico 8** – Gráfico de respostas do Formulários. Pergunta nº 7. Título da pergunta: Você acha que a aparência da apresentadora é tão ou mais importante do que seu conhecimento sobre esportes?



Fonte: Elaboração da autora, 2022.

A partir das respostas obtidas pela pergunta 7 do questionário digital, sobre a aparência da apresentadora esportiva ser tão ou mais importante do que seu conhecimento sobre esportes, foi visto que das 137 respostas obtidas, 117 respostas ou seja, 85,4 % acredita que não, que a aparência da apresentadora não é tão ou mais importante do que seu conhecimento sobre o assunto tratado, entretanto foi computado que 20 respostas (14,6%) como opiniões favoráveis de que a aparência da apresentadora esportiva é tão ou mais importante do que o conteúdo apresentado por ela.

A tabela 5 representa a divisão amostral dos resultados da pergunta nº7 pelo gêneros feminino e masculino de participantes.

**Tabela 5-** Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 7, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.

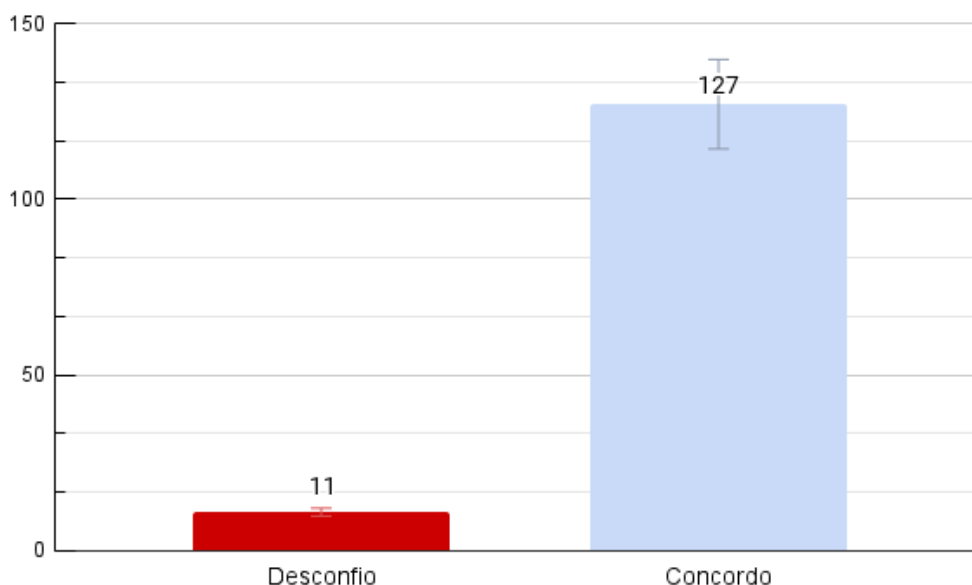
<b>Alternativas de resposta pergunta n° 7.</b>	<b>Feminino</b>	<b>Masculino</b>
Não	78	39
Sim	14	6
<b>Total</b>	92	45

Fonte: Elaboração da autora, 2022.

Os resultados apontaram dentro dos participantes do gênero feminino, (84,8% - Não) e (15,2% - Sim), dentre as respostas do gênero masculino apontou-se (86,7%- Não) e (13,3% - Sim).

O gráfico 9 corresponde aos resultados obtidos a partir da aplicação de 138 participantes para a pergunta de número 8 do formulário digital, cuja pergunta consistia em buscar estabelecer uma visão sobre a confiabilidade do público alvo da pesquisa para com comentários e suas opiniões expressas pelas apresentadoras dentro dos programas esportivos ao longo de sua apresentação.

**Gráfico 9** – Gráfico de respostas do Formulários. Pergunta n° 8. Título da pergunta: Quando a apresentadora expõe alguma opinião sobre alguma modalidade esportiva você concorda ou fica desconfiado(a)?



Fonte: Elaboração da autora, 2021.

Com as respostas obtidas a partir da pergunta 8 do formulário sintetizadas pelo gráfico 9, é visto o grande número de respostas que afirmam confiar nos comentários e opiniões as expostas pelas apresentadoras de programas esportivos, sendo esse de 127 respostas 92% do total de 138 respostas, o que aponta a credibilidade sobre o assunto exposto por elas. Porém, ainda que baixo o quantitativo de 8%, o formulário apontou 11 respostas afirmando que desconfiam das informações que são transmitidas pelas apresentadoras mulheres.

Para demonstrar a multiplicidade de respostas obtidas com a classificação de respostas dentre os gêneros de participantes do estudo.

**Tabela 6-** Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 8, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.

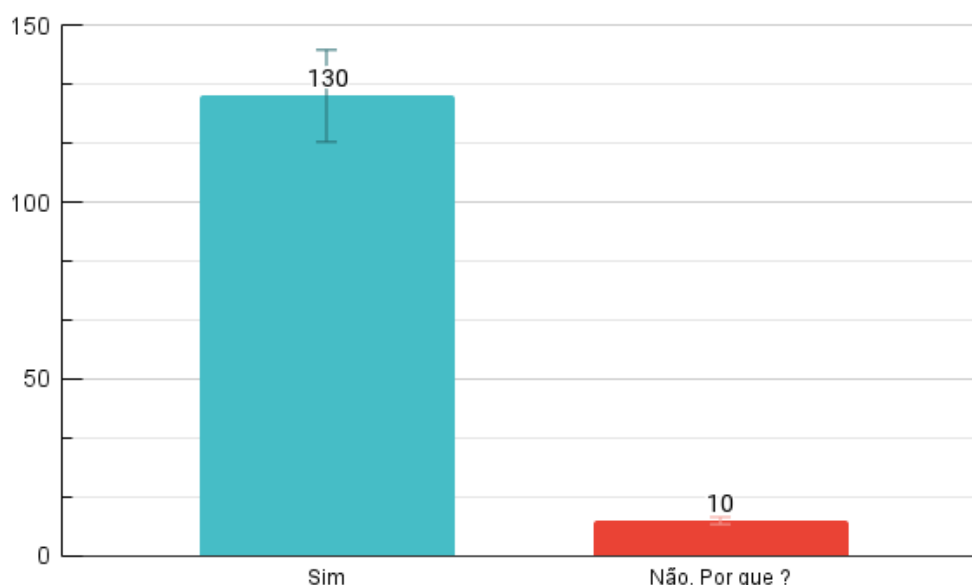
<b>Alternativas de resposta pergunta n° 8.</b>	<b>Feminino</b>	<b>Masculino</b>
Desconfio	5	6
Concordo	87	40
<b>Total</b>	92	46

Fonte: Própria autora, 2022.

Classificando os dados amostrais pelo gênero de participantes são obtidos resultados expressões em valores pela tabela 6 e os seguintes percentuais: Gênero feminino (Concordo - 94,6%) e (Desconfio - 5,4%); Gênero masculino (Concordo -87%) e (Desconfio -13%).

O gráfico 10 aponta as respostas da pergunta 9 do formulário, as respostas consistem na opinião do público sobre uma maior presença e representatividade de mulheres como apresentadoras de programas esportivos, a partir da seguinte pergunta: Você acha que deveriam ter mais mulheres apresentando programas esportivos? cuja pergunta apresentava duas alternativas de respostas sim ou não, porque? .

**Gráfico 10**– Gráfico de respostas do Formulários. Pergunta n° 9. Título da pergunta: Você acha que deveriam ter mais mulheres apresentando programas esportivos?



Fonte: Elaboração da autora, 2021.

A pergunta número 9 do formulário computou o total de 140 respostas, sendo que o total de 130 participantes apontam que acham que deveriam ter mais mulheres apresentando programas esportivos, e 10 participantes apontando que não deveriam ter mais mulheres no papel de apresentadoras esportivas.

Dentro da opção “Não. Porque?”, era esperado que os participantes informassem o porquê da sua opinião para sua contrariedade sobre à atuação na área de apresentadoras de telejornal esportivo. Entretanto, esse tópico apresentou uma ampla variedade de respostas, sendo esse quantitativo ultrapassando o propósito inicial dessa questão, o qual apesar ter sido a opinião negativa para a participação feminina, esse obteve 85 respostas discursivas para ambas as opções (contrariedade e incentivo à atuação das mulheres). Sendo assim, obtidas além do porque não ter maior participação feminina, obteve também o porque deve ter uma maior participação feminina.

A Tabela 7 apresenta o resultado quanto aos resultados obtidos pela pergunta n°9 a partir da divisão das respostas por gênero do participantes.

**Tabela 7-** Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 9, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.

<b>Alternativas de resposta pergunta n° 9.</b>	<b>Feminino</b>	<b>Masculino</b>
Sim	92	38
Não. Por que?	2	8
<b>Total</b>	94	46

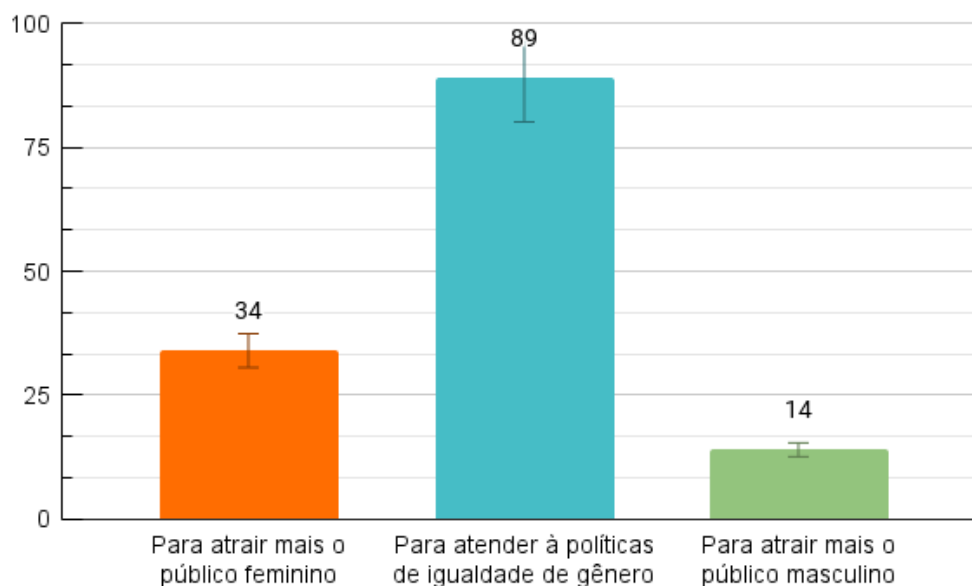
Fonte: Elaboração da autora, 2022.

Estabelecido uma ligação entre o gênero e os resultados apresentados obteve-se os percentuais dentre o gênero feminino: Sim - 97,9% e Não - 2,1%. Os resultados dos dados amostrais do gênero masculino correspondem ao percentual de: Sim – 82,6% e Não – 17,8%. Apontando assim, que dentre os gêneros as mulheres expressam um maior anseio por visualização das mulheres como jornalistas esportivas.

As 85 respostas para esse tópico está vinculada na página destinada a Anexo, esse apresentando 75 respostas que de forma simplificada afirmam a capacidade, competência, habilidade, destreza e vontade de representatividade e empoderamento feminino atuando dentro da profissão de apresentador esportivo. Já no que diz respeito às 10 respostas sobre a não atuação de mulheres no jornalismo esportivo, de forma geral expunham opiniões sobre manter o tradicionalismo masculino na profissão, descridibilidade sobre a competência e domínio das mulheres sobre esportes, além de exporem opiniões referentes a necessidade das mulheres se aprimorarem e só posteriormente buscarem atuar nessa área.

O gráfico 11 representa uma das pergunta com maior significância dentro dessa pesquisa, pois dos resultados obtidos nela foi possível, trabalhado a opinião dos participantes através da pergunta n° 10: “Você pensa que as apresentadoras femininas em programas esportivos são”, de três opções de respostas, sendo as opções de resposta: Para atrair mais o público feminino; Para atender à políticas de igualdade de gênero e Para atrair mais o público masculino. Com essas três opções de respostas foi estabelecido uma ligação entre a opinião dos participantes através dos principais obstáculos relacionados aos estigmas enfrentados pelas mulheres no âmbito profissional sendo eles: Inclusão feminista; atendimento a políticas de igualdade de gênero e Padrões de beleza para cativar o público masculino.

**Gráfico 11** – Gráfico de respostas do Formulários. Pergunta n° 10. Título da pergunta: Você pensa que as apresentadoras femininas em programas esportivos são:



Fonte: Elaboração da autora, 2021.

Esse tópico foi a questão em que obteve o menor índice de respostas com o quantitativo de 137 respostas, com um déficit de 13 respostas do total de participantes do formulário digital (150 participantes). Foram computadas os seguintes valores e percentuais: Para atender à políticas de igualdade de gênero 89 respostas (65%), Para atrair o público feminino 34 respostas (24,8%), Para atrair mais o público masculino 14 respostas (10,2%).

A partir da pergunta número 10, também foi desenvolvida uma análise do cálculo do cruzamento dos dados amostrais, esses correspondentes as variáveis quantitativas entre as 137 respostas que abrangem três opções de respostas distintas e o gênero dos participantes. Esse processo sendo desenvolvido através da tabulação do quantitativo de respostas pelo gênero feminino e masculino em cada categoria de respostas, além de desenvolver o cálculo do percentual (%) de cada categoria, dividindo a frequência absoluta da categoria pelo total e multiplicamos por 100.

Assim a Tabela 8, expõe a distribuição de respostas a partir desse cruzamento de variáveis de respostas a partir do gênero de cada participante da resposta de número 10 do questionário digital.

**Tabela 8-** Quantitativo de respostas dos dados amostrais da pergunta n° 10, entre a variável de respostas e o gênero dos participantes.

<b>Alternativas de resposta pergunta n° 10.</b>	<b>Feminino</b>	<b>Masculino</b>
Para atender à políticas de igualdade de gênero	60	31
Para atrair mais o público masculino	6	6
Para atrair mais o público feminino	25	9
<b>Total</b>	91	46

Fonte: Elaboração da autora, 2022.

A distribuição amostral dos resultados da pergunta n° 10 demonstra uma distribuição semelhante entre as opiniões expressas em ambos os gêneros de participantes, sendo essa semelhança visível principalmente com o apontamento percentual dos resultados, assim, esses são expressos com os seguintes percentuais: Gênero feminino (Para atender à políticas de igualdade de gênero - 65,9%); (Para atrair mais o público masculino - 6,6%) e (Para atrair mais o público feminino - 27,5%), Gênero masculino (Para atender à políticas de igualdade de gênero - 67,4%); (Para atrair mais o público masculino - 13%) e (Para atrair mais o público feminino - 19,6%).

De forma geral, as respostas obtidas com a aplicação do questionário apontam uma multiplicidade de opiniões sobre a credibilidade das apresentadoras de programas esportivos. Dentro dessa multiplicidade foi visto uma ampla aceitação e credibilidade das mulheres apresentadoras de programas esportivos, dentre ambos os gêneros de participantes do estudo (feminino e masculino).

Com isso, pode-se formular uma análise e conclusão onde demonstra que apesar da ampla aceitação, ainda é visto opiniões tradicionalistas e machistas que mesmo entre participantes do gênero feminino ainda sobre a atuação de mulheres nesse campo de trabalho, o que acaba por fortalecer a segregação ocupacional dentro do mercado de trabalho.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da adoção da metodologia para a elaboração desse estudo, foi possível atender aos objetivos previamente propostos, sendo possível elaborar uma análise sobre a credibilidade e representatividade do conteúdo exposto pelas telejornalistas dentro dos programas esportivos pela opinião do público, através da aplicação de questionário digital, para um grupo de 150 indivíduos assíduos de programas esportivos.

Em vista de uma majoritária participação feminina sobre os resultados obtidos dentro desse estudo (105 indivíduos do gênero feminino- 70% e 45 indivíduos do gênero masculino- 30%), foi desenvolvida além da análise das respostas de modo total, é uma análise subsequente onde as opções de respostas foram computadas com base no gênero do participante, trabalhando com os dados em formato percentual.

Durante a análise dos resultados foi constatado dentro das respostas das 10 questões desenvolvidas pelo questionário digital, percentuais de participação entre mulheres e homens de forma linear ao percentual inicial dos resultados (maior participação feminina em detrimento á masculina), ao decorrer de todas às 10 questões. Dessa forma, pode-se observar o maior índice de participação feminina dentro desse estudo, sendo a participação feminina continuamente excedente ao da participação masculina nos resultados obtidos.

Assim, baseado nos resultados obtidos com o auxílio de 11 gráficos e 8 tabelas desenvolvidas para facilitar a exibição dos resultados representativos das 10 perguntas desenvolvidas dentro do questionário digital, além dos dados de valores e percentuais calculados e expostos, é visível que apesar das manifestações de apoio e anseio por uma maior participação feminina, observou-se uma notória homogeneidade sobre a distribuição dos resultados, em detrimento do gênero do participante (feminino ou masculino).

O que fundamentou concluir que mesmo dentro do gênero feminino há uma relutância sobre a participação feminina na área do telejornalismo esportivo, seja ela, dentro de questionamentos levantados dentro de questões onde eram discutidas credibilidade, identidade visual do profissional do telejornalismo esportivo, como em questões onde o foco era apontar a confiabilidade técnica do conteúdo exposto pelas jornalistas esportivas.

Entretanto, os resultados de respostas dentro do grupo feminino de participantes constata que entre a grande maioria do público feminino notou-se um anseio feminino por mais programas apresentados por apresentadoras, expondo opiniões onde são manifestadas o interesse em uma maior representatividade feminina e uma identificação com os programas apresentados por mulheres. Esses argumentos foram apontados de forma clara e detalhada

dentro da questão argumentativa nº 9, foi questionado “Você pensa que deveria ter mais mulheres apresentando programas esportivos?”, apesar de não ter tido o objetivo prévio da questão obter resposta para a opção “Sim”, um grupo de 85 mulheres apontou opiniões favoráveis argumentativas, defendendo a capacidade, a identificação é uma maior ligação entre a informações esportivas expostas por apresentadoras esportivas.

Outro fato comprovado com essa distribuição homogênea de percentuais de respostas entre os dois grupos, indica que sim, apesar dos obstáculos enfrentados pelas mulheres diariamente para encontrar espaço em campos tradicionais masculinos como o jornalismo esportivo, os resultados obtidos pelo grupo de participantes masculinos, aponta que apesar de ainda haver obstáculos para as mulheres dentro do jornalismo esportivo, como a segregação ocupacional, o sexismo e o patriarquismo.

Dentro dos resultados do grupo masculino desse estudo apontou-se que esses também acreditam e apoiam a atuação das mulheres na cobertura tele jornalística esportiva, expressando credibilidade e concordância com argumentos técnicos esportivos apontados por elas durante sua apresentação. Porém, também foi possível constatar que as apresentadoras ainda lidam com opiniões negativas, patriarcais tradicionalistas ou mesmo discriminatórias esse grupo, apontou-se opiniões onde há um descrédito pela atuação feminina nesse campo, seja por tradicionalismo, sexismo ou que acreditam que a participação feminina está fundada apenas por sua aparência e atratividade visual, como por crédito a políticas de igualdade de gêneros.

A pesquisa conclui que cenário do jornalismo esportivo ainda é mascarado com um certo preconceito com a figura da mulher. Esse preconceito não estando exclusivamente ligado ao gênero masculino, mas também por um percentual feminino, sendo esse defendido e argumentado com base em opiniões pessoais e/ou fundadas em um argumentos de cunho tradicionalistas.

Por fim, pode-se destacar como ponto chave da pesquisa foi expor a relevância e a credibilidade do trabalho desenvolvido pelas mulheres junto com os homens no mundo do esporte, sendo esse exposto tanto pelo público masculino como feminino. Apontando uma aceitação e uma credibilidade crescente sobre a atuação das apresentadoras esportivas. Permitindo-nos enxergar que a mulher pode compartilhar do mesmo ambiente, buscando, acima de tudo, a consagração da igualdade entre os gêneros e a representatividade dentro do ramo do telejornalismo esportivo, independente dos obstáculos enfrentados por elas, as jornalistas esportivas apresentam uma grande credibilidade e aprovação entre o público de telejornais esportivos seja ele, do público feminino quanto masculino.

## REFERÊNCIAS

- ABRAMO, L. W. **A inserção da mulher no mercado de trabalho: uma força de trabalho secundária?**. Tese doutorado em sociologia. Faculdade de filosofia, letras e ciências humanas da Universidade de São Paulo, 2007, 328 p.
- AGUIAR, E. F. **Telejornalismo esportivo: a mulher no mundo do futebol. Uma análise do Programa Globo Esporte Ceará**. 2012. Monografia em Comunicação Social - Centro de Ensino Superior do Ceará, Faculdade Cearense, 2012.
- AZEVEDO, F. M. C. **O conceito de patriarcado nas análises teóricas das ciências sociais: uma contribuição feminista**. Revista Três pontos: Dossie múltiplo de olhares de gênero, vol. 13, n. 1, 2016, 9 p.
- BAGATINA, O. **As barreiras das mulheres no jornalismo esportivo**, 2018. Disponível em: <http://www.sjpmg.org.br/2018/09/as-barreiras-das-mulheres-no-jornalismo-esportivo>. Acesso em 26 de maio de 2019.
- BAGGIO, L. **Representação da mulher no telejornalismo esportivo: a atuação da jornalista Renata Fan no programa Jogo Aberto da TV Bandeirantes**. Santa Maria: Centro Universitário Franciscano, 2012. 67f.
- BAHIA, L. D.; COELHO, D.; SILVA, A. M.; SOARES, S. **A evolução da segregação por qualificação profissional ao nível das firmas**. Texto para Discussão, n. 1406. Rio de Janeiro, IPEA, 2009, 7-20 p.
- BARROS, R. P.; CORSUEIL, C. H.; SANTOS, D. D.; FIRPO, S. P. **Inserção no Mercado de Trabalho: Diferenciais por sexo e consequências sobre o bem-estar**. Texto para Discussão n. 796. Rio de Janeiro: IPEA, 2001.
- BATTISTI, I. D.; BATTISTI, G. **Métodos estatísticos**. Coleção educação à distância. Série livro-texto. Rio Grande do Sul- RS, 2008. 80 p.
- BERGER, C. B. **Jornalismo Especializado em Revista: Estudo de Caso da Revista da Papelaria**. Rio de Janeiro, 2011. Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO. 130 p.
- BIROLI, F. **Gênero e desigualdades: os limites da democracia no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2018.
- BRASILIENSE, C. N. S. **Mulher na cobertura de esportes: Um estudo sobre a razão da supremacia dos homens na Editoria de Esportes e o aumento da participação de mulheres na cobertura esportiva**. 2008. Disponível em:

<<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1819/2/20512982.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2018.

CAVALCANTE, M. J. **Efeitos da mídia digital internet no cotidiano do jornalista da imprensa diária de Santa Catarina**. UFSC: Florianópolis, 2008. Dissertação (Programa de Pós-Graduação Engenharia e Gestão do Conhecimento - Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento).

COELHO, P. V. **Jornalismo Esportivo**. 1ª ed. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

COELHO, P. V. **Jornalismo Esportivo**. 4. ed. rev. e atual. São Paulo: Contexto, 2013.

COSTA, T. C. L. **Jornalismo Científico X Divulgação Científica: uma análise da cobertura da COP-15**. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2010. 56 f.

DORIGON, B. T. **Mulheres em campo: jornalistas esportivas sob a ótica das estudantes de jornalismo**. Monografia em comunicação social- jornalismo. UNOPAR, Londrina, 2015. 63 p.

FERREIRA, M. C. **Sexismo hostil e benevolente: inter-relações e diferenças de gênero**. Simpósio Relações sociais de gênero: Possibilidades e perspectivas de análise psicossocial na XXXI Reunião Anual da Sociedade Brasileira de Psicologia. Vol. 12, n. 21. 2004, 119– 126 P.

FROZZA, A. **A presença da mulher na cobertura de futebol RBS TV**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2009. 67p.

GEBHARDT, J. B. B.; NEGRINI, M.; NUNES, C. D. **A mulher no telejornalismo esportivo: ponderações sobre o programa Globo Esporte São Paulo**. Seminário: Ciências Sociais e Humanas, Londrina-PR, v. 40, n. 2, 2019, 239-254 p.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GROLL, M. V. **A HISTÓRIA DO JORNALISMO ESPORTIVO**. [ 12/01/2016]. Disponível em: < <http://travinha.com.br/2016/01/12/o-jornalismo-esportivo-no-brasil-e-no-mundo/>>. Acesso em: 24 out. 2020.

HABIB, L. **Jornalista- Profissão mulher**. 2015. Editora: Sapienza, São Paulo, 1 ed. 266 p.

HRYNIEWICZ, L. G. C.; VIANNA, M. A. Mulheres em Posição de Liderança: Obstáculos e Expectativas de Gênero em Cargos Gerenciais. **Cadernos EBAPE.BR**, 2018. vol. 16, n. 3, 331-344 p.

LAGE, N. **Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas**. Revista Pauta Geral- Estudos em jornalismo. Ponta Grossa- PR, vol.1, n.1,2014, 20-25 p.

LIMA, I. O que é objetificação da mulher?. Site: **Politize!** Publicado em: 1 de fevereiro de 2016. Disponível em:< <https://www.politize.com.br/o-que-e-objetificacao-da-mulher/>>. Acesso em: 02 de dez. 2022.

MARCONI, D. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básico, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 7ª. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MESQUITA FILHO, M.; EUFRÁSIO, C.; BATISTA, M. A. **Estereótipos de gênero e sexismo ambivalente em adolescentes masculinos de 12 a 16 anos**. Saúde e sociedade. São Paulo- SP. Vol. 20, n. 3, 2011, 554- 567 p.

MOTA, I. M. **Jornalismo Esportivo de Saia** – A participação feminina no jornalismo esportivo. 2013. Disponível em: <http://repositotio.uniceub.br/bistream/235/4004/1/20942932.pdf>. Acessado em: 25 out 2014.

MOTA, J. S. **Utilização do google forms na pesquisa acadêmica**. Revista Humanidades e Inovação v.6, n.12, 2019, 371- 380 p.

NETO, A. J. P.; NASCIMENTO, R. R. **Fontes e vozes no jornalismo econômico**. Palmas, TO: EDUFT, 2020. 148 p.

OLIVEIRA, A. P.; OLIVEIRA, N. L. O. **A mulher no jornalismo esportivo**. Palmas, Revista Observatório, v. 3, n. 5, p. 402-424, 2017. INSS n. 2447-4266. Disponível em: <[file:///C:/Users/damares/Downloads/3326-Texto%20do%20artigo-18846-1-10-20170801%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/damares/Downloads/3326-Texto%20do%20artigo-18846-1-10-20170801%20(3).pdf)>. Acesso em: 24 out. 2018.

OLIVEIRA, D. P. R. de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 22. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA, M. F. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em administração**. Catalão: UFG, 2011.

RAMOS, A. P. **Elas comandam o jornalismo esportivo**. 2008. Disponível em: <http://www.canaldaimprensa.com.br/canalant/midia/decedicao/midia3.htm>. Acesso em: 14. fev. 2021.

RANGEL, H. B. P. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

REIMBERG, C. O. **O exercício da atividade jornalística na visão dos profissionais:** sofrimento e prazer na perspectiva teórica da psicodinâmica do trabalho. Tese de doutorado em ciências e comunicação- USP, São Paulo. 2015. 376 p.

RIGHI, A. F. **As donas da bola** – inserção e atuação das mulheres no jornalismo esportivo televisivo. Santa Maria, 2006.

ROCHA, D.; ABREU, A. A. (org.). **Elas ocuparam as redações:** depoimentos ao CPDOC. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

ROSE, A. **Jornalismo cultural.** Ponta Grossa-PR. Ed. Atena, 2017. 66 p. Disponível em:< <https://www.atenaeditora.com.br/wp-content/uploads/2017/11/E-book-Jornalismo-Cultural.pdf>>. Acesso em: 24 de dez. 2021.

SANTOS, M.; TEMER, A. C. R. P. **Mulheres no jornalismo:** práticas profissionais e emancipação social. 1. ed. Ed. Cásper Líbero, São Paulo, 2018. 218 p.

SILVEIRA, N. E. **Jornalismo esportivo:** Conceitos e práticas. Porto Alegre- RS, 2009, 92 p.

SILVEIRA, L. S.; SIQUEIRA, N. L. **Segregação ocupacional e diferenciais de renda por gênero e raça no Brasil:** uma análise de grupos etários. Revista brasileira de estudos populares, v.38, ed. 151, 2021. 22 p.

TRAVANCAS, I. S. **O mundo dos jornalistas.** Editora: Summus, São Paulo- SP, 1992.

TAVARES, N. **Ana Zimmermann:** pioneira no futebol da Globo. 2019. Disponível em:< <http://www.papodebola.com.br/papoespecial/20050727.htm>>. Acesso em: 21 fev. 2021.

TEMER, A. C. R. P.; TUZZO, S. A. **Não basta informar, tem que participar:** a inserção dos jornalistas nos novos formatos diversionais do telejornalismo. Intercom: revista brasileira de ciências da comunicação, São Paulo. 2020. vol. 43, n. 2, 37-51 p.

VIEIRA, G. **Complexo de Clark Kent:** são super-homens os jornalistas?. Editora: Summus, São Paulo- SP. 1ª ed. 1991. 60 p.

ZAHAR, J. **Jornal Nacional:** a notícia faz história. MEMORIA GLOBO (Org.), Rio de Janeiro- RJ. 1ª ed. 2004. 34 p.

## APÊNDICE - FORMULÁRIO GOOGLE- CHECKLIST

Título: Mulher no jornalismo esportivo

1- Sexo

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não responder

2- Você assiste a algum programa esportivo?

- Sim
- Não. Nesse caso não continue o questionário.

3- O que vem à cabeça quando pensa em apresentador do programa esportivo?

- Homem
- Mulher

4- Você prefere assistir o programa esportivo apresentado por:

- Homens
- Mulheres
- Tanto Faz

5- Quando você assiste um programa esportivo apresentado por uma mulher, você sente confiança nos argumentos esportivos apresentados por ela?

- Sim
- Não

6- Você acha que a apresentadora:

- Sabe do que está falando
- Só transmite o que orientado

7- Você acha que a aparência da apresentadora é tão ou mais importante do que seu conhecimento sobre esportes?

- Sim

- Não

8- Quando a apresentadora expõe alguma opinião esportiva, você concorda ou fica desconfiado (a)?

- Concordo
- Desconfio

9- Você pensa que deveria ter mais mulheres apresentando programas esportivos?

- Sim
- Não. Por que?

10- Você pensa que as apresentadoras femininas em programas esportivos são:

- Para atender à políticas de igualdade de gênero
- Para atrair mais o público masculino
- Para atrair mais o público feminino

## ANEXOS

**Anexo: Respostas discursivas do formulário digital- pergunta 9**

1	Uma forma de atrair mais mulheres para o meio esportivo
2	Pq ela também entender do assunto
3	Por que mulheres tbm tem muito a oferecer!
4	Porque traz mais integração e mostra que elas têm conhecimento.
5	Porque são mais que capazes
6	Porque o esporte é educação, saúde e pode ser para todos. Desde que as mulheres estudem e se qualifiquem sobre o assunto.
7	A mulheres conseguem passar informações mais precisas.
8	Equilibrar a diversidade e a representação das mulheres no esporte
9	Porque ainda existe um preconceito muito grande com mulheres, nesse meio, como se elas não tivessem capacidade técnica, como se futebol fosse coisa "de homem" o que não é verdade.
10	Mulheres devem ter o mesmo direito
11	Porquê homens também podem.
12	Pq eu considero as mulheres capaz e não precisa dessa forma de pensamento
13	Igualdade uhu
14	O ramo esportivo em si é basicamente representado por homens, então é muito importante que as mulheres também estejam representadas.
15	Sei lá
16	Porque assim não iria existir desigualdade de gênero
17	A oratória das mulheres costuma ser melhor que a dos homens, conseguem se expressar melhor.
18	Porque existem mulheres que entendem e gostam tanto quanto homens, e creio que gostariam de ter mais mulheres nesse meio, até porque acho que se a pessoa tá ali trabalhando com isso, tenta entender muito bem o assunto e podem saber igual.
19	Por que mulheres tbm entendi de esportes.
20	Não só apresentando, mas deveria ter mais mulheres em todos os segmentos.
21	Acredito que os programas esportivos de televisão podem ceder espaço para as mulheres que se mostram capacitadas para trabalhar com o tal, assim como qualquer outra área de trabalho.
22	Maior representatividade, mostrar que o que deve ser escolhido é a capacidade de alguém, e não o seu gênero.
23	Pra mostrar que podemos entender tão bem de esportes, quanto os homens.
24	Porque as mulheres hoje estão evoluídas e tem todo o direito de fazer o que bem entenderem

25	Nada contra, entretanto, por uma questão de costume eu prefiro homens apresentando programas de esporte.
26	Representatividade, pois as mulheres compõem boa parte da audiência.
27	Sim, Pois todas atualmente tem o direito de serem donas de si
28	Não São todas mas tem mulheres que entende mais de esportes do que homens...
29	Mulheres também são inteligentes e capaz de tudo
30	Porque tem algumas que entende mais que os homens e vice e versa
31	São competentes
32	Pq acredito que esse tabu de que mulher não entende de esportes ou que não existe outro lugar além da cozinha ou dentro de casa pra mulher estar, deve ser quebrado. Esse preconceito deve acabar!
33	Como é um campo que possui homens como maioria, precisamos ser representadas também, além de que essa visão machista deve ser extinguida. Meninas crescendo assistindo mulheres nesse meio, ajuda a mostrar que podemos ser o que quiser.
34	As mulheres são mais criativas, dinâmicas
35	São inteligente, dinâmicas, atenciosa no que faz
36	Porque elas precisam mais de espaços, e principalmente pra promover e abranja assunto mais detalhados.
37	Por que as mulheres são determinadas, focadas e boas no que fazem, e tem a mesma capacidade que homens para aprender sobre esportes!
38	Por que tem muitas mulheres capazes.
39	Pra mim tanto faz. O que importa seria o conteúdo apresentado, independente de gênero
40	Porque existe mulheres capazes
41	Às vezes elas não conhecem bem o esporte que estão apresentando.
42	Acho que as que apresentam já são suficientes.
43	Parque elas São capaz
44	Sim, porque gostei da experiência que tive quando assisti
45	O mercado de trabalho deve ser igualitário
46	Mais mulheres na liderança
47	Porque elas merecem o mesmo espaço que os homens, independentemente do gênero.
48	Porque todas as classes merecem espaço onde quer que seja.
49	Além da questão da representatividade, de poder se ver através de outras mulheres tendo voz e mostrando que mulher também gosta de esporte e entende sobre, vejo que, as mulheres quando falam de esporte, tratam os temas com mais sensibilidade, se atentando para aspectos que passam despercebidos pelo olhar masculino. Além disso, elas não abrem margem para certos comentários, muitas vezes machistas, que são feitos em relação a figura feminina no contexto de determinados programas.
50	Homens ou mulheres em qualquer área ao se dedicar se saem muito bem.
51	Pra acabar com essa desconfianças de que mulher não sabe de esporte

52	Não devemos julgar o talento pelo gênero.
53	Porque as mulheres já se provaram a altura da função
54	Porque na maioria das vezes, são homens que apresentam.
55	Para se mostrar que mulheres também gostam de esporte
56	Pq as mulheres estão ganhando espaço em todas as profissões.
57	Porque os direitos tem que ser iguais
58	Porque as mulheres tem capacidade igual à dos homens para aprenderem sobre esportes e assim transmitirem as notícias sobre a cobertura esportiva.
59	São as mulheres que estão correndo atrás de mais conhecimento
60	Porque elas tem talento tanto quanto os homens.
61	Não é questão de achar, elas devem demonstrar competência, assim como as atuais apresentadoras já demonstraram.
62	Eu não gosto muito de programas esportivos porque não curto muito esportes, porém meu pai assiste e as vezes acabo vendo uma coisa ou outra com ele. Não gosto muito de programas cheios de homens apresentando, me sinto desconfortável, parece que esporte é algo exclusivo de homens, principalmente o futebol que é o esporte preferido dos brasileiros. Acho que tendo diversidade de apresentadores acaba se tornando mais inclusivo.
63	As mulheres precisa ter espaço também
64	Já que as mulheres provaram ser competente no esporte.
65	As mulheres são tão capacitadas como os homens
66	Porque depende da demanda e disponibilidade do querer das mulheres, portanto não acho que deva ou que não deva ter mais mulheres apresentando programas esportivos.
67	Todos são capazes
68	Para termos mais igualdade de gênero em todos os âmbitos e que as mulheres que amam essa profissão sejam mais motivadas
69	Todos praticam esportes e devem ter o mesmo espaço de abertura para falar tbm.
70	Não há muitas mulheres apresentando
71	Porque não existe função que mulheres não podem exercer.
72	Por que nós somos todos iguais.
73	Porque a Mulher faz tudo com excelência.
74	Por que elas são mais animadas e sinceras.
75	Acho mais inteligente e sofisticada.
76	Porque não existe lugar algum em que uma mulher não possa fazer parte
77	Acho que tem espaço de sobra para todos.
78	Por que ela tem total capacidade para fazer uma boa apresentação
79	O gênero é irrelevante, o que importa é o conhecimento e competência.
80	Porque a mulher é tão capaz de exercer qualquer posição ou cargo em qualquer trabalho, igual o homem, os dois tem a mesma capacidade.

81	Se as mulheres conhecem do assunto, não há porque fazer distinção.
82	Pq a mulher tem a mesma capacidade que o homem
83	Não é um espaço muito popular para mulheres ainda é bem seletto.
84	Pq elas t tem capacidade
85	Parque elas São capaz