



A. Estado, Poderes e Sociedade  
B. Estruturas Produtivas, Trabalho e Profissões  
C. Educação e Desenvolvimento  
D. Território, Ambiente e Dinâmicas Regionais e Locais

E. Cultura, Comunicação e Transformação dos Saberes  
F. Família, Género e Afectos  
G. Teorias, Modelos e Metodologias  
Sessões Plenárias

## OS MEDIA E O DESPORTO: Análise dos Géneros Masculino e Feminino nos Jornais Desportivos

Maria Cláudia Brandão Pinheiro

### Resumo

Na sociedade actual, os media são uma instituição social que exerce uma poderosa influência sobre todos os domínios da vida social. O desporto, como importante fenómeno social que reflecte e reforça valores e estruturas da sociedade, embora também sofra esta grande influência exerce, igualmente, um forte poder sobre os meios de comunicação social. Dado que os media e o desporto se influenciam mutuamente, pode-se dizer que entre os dois existe uma relação de interdependência podendo, esta, ser essencialmente financeira. Os media não só reflectem como também moldam percepções, comportamentos e sentimentos. Neste contexto, pode-se afirmar que os media têm o potencial para serem agentes de mudança. Contudo, tal situação nem sempre se verifica. Mais concretamente, no que diz respeito aos géneros masculino e feminino, os media continuam a mostrar o desporto como uma área essencialmente masculina. Segundo Rintala e Birrell (1984), embora actualmente a percentagem de mulheres envolvidas na prática desportiva tenha aumentado, a cobertura do desporto feminino por parte dos media é ainda pequena especialmente quando comparada com o que se passa no sector masculino. Com este estudo pretendeu-se analisar quantitativamente e qualitativamente a cobertura do desporto feminino versus desporto masculino efectuada por quatro jornais desportivos de tiragem nacional, durante um período de duas semanas. Foram escolhidas modalidades onde fosse mais fácil proceder-se a uma análise comparativa entre homens e mulheres.

### Introdução

Os *mass media* são actualmente uma poderosa instituição social que exerce uma grande influência nos vários domínios da vida em sociedade.

O desporto como importante fenómeno social que reflecte e reforça as estruturas, os valores, as normas da sociedade não escapa à influência dos *media*. Do mesmo modo que quando nos referimos ao desporto não podemos esquecer de considerar os aspectos económicos, políticos e culturais que circunscrevem o desporto, também não podemos ignorar a importância e o efeito que os *media* têm sobre este fenómeno. É de realçar, porém, que esta influência não se dá num único sentido. Isto é, entre o desporto e os *media* existe uma relação de influência mútua. Tal como afirma Robert McChesney:

“...entre o desporto e os media existe uma relação simbiótica. Por um lado, a grande popularidade do desporto deve-se, em parte, à grande atenção que os media dedicam a este fenómeno. Por outro lado, os media conseguem, através do desporto, obter grandes lucros quer em termos de circulação como de publicidade...” (cit in Eitzen e Sage, 1993:273).

Devido à grande intensidade desta mútua influência torna-se, por vezes, difícil determinar quem influencia quem ou, ainda, quem exerce maior influência.

### Impacto dos *media* sobre o fenómeno desportivo

Os *mass media* são os grandes responsáveis pela divulgação e também pelo desenvolvimento do desporto. Ao serem noticiados os eventos desportivos, os *media* (televisão, imprensa e rádio) geram junto da população um grande interesse pelas modalidades noticiadas. Porém, nem todas as modalidades são noticiadas de igual modo. Isto é, os *media* promovem apenas algumas

modalidades em detrimento de outras, que são por eles consideradas menos importantes (Whannel, 1983; Coakley, 1982; Eitzen e Sage, 1993; Ramonet *cit in* EPS, 1993). Os *media* procuram dar ao público aquilo que este gosta e deseja. Como tal, as modalidades que os *media* seleccionam para serem notícia são, de um modo geral, aquelas capazes de atrair um maior número de indivíduos por responderem às exigências do público, assim como aquelas que envolvem o movimento de elevadas quantias monetárias. Cashmore (1990) refere, também, que através dos *mass media* determinados atletas tornaram-se verdadeiras celebridades. As suas caras e os seus nomes passaram a ser do domínio público. Ao mostrarem e darem informação ao público sobre as modalidades que mais lhes interessam, ao relatarem histórias sobre o desporto e sobre as suas celebridades, os *media* obtêm elevados rendimentos. Mais concretamente, a venda de jornais aumenta dado que o número de indivíduos que desejam obter informações sobre as suas modalidades e atletas preferidos passa a ser cada vez maior. No contexto televisivo, verifica-se também um incremento em termos de audiência. A televisão ao mostrar ao público as modalidades e os atletas que lhe são mais queridos, provoca um aumento nos seus índices de audiência. Consequentemente, maior é o número de indivíduos que passam a dedicar mais tempo à televisão e a assistir aos vários programas transmitidos pelos diferentes canais de televisão. Na realidade, verifica-se que o desporto é, frequentemente, usado como uma verdadeira arma pelos diferentes canais televisivos. Estes servem-se do desporto nas lutas travadas entre si para obterem maiores índices de audiência. Um maior número de indivíduos a comprar jornais e a assistir aos programas televisivos, significa para os *media* maiores lucros. Isto é, os *media* ao decidirem sobre as modalidades que deverão ser noticiadas, não só respondem ao interesses do público como também agem e respondem a interesses económicos.

Como foi referido anteriormente, a relação entre os *media* e o desporto é uma relação biunívoca. Isto é, o desporto também exerce influência sobre os *mass media*.

De acordo com Cashmore (1990) e Coakley (1982), o desporto serve-se dos *media* para obter publicidade assim como lucros financeiros. Segundo estes autores as organizações desportivas ainda antes da realização de certos eventos conseguem, através dos *media*, obter elevados lucros financeiros e publicitários. Mais concretamente, é frequente certos canais de televisão exigirem o direito exclusivo de transmissão, ou de determinado evento desportivo ou, dos jogos em que determinada equipa se encontra envolvida. É também prática comum, certas equipas ou entidades organizadoras de acontecimentos desportivos, venderem os direitos de transmissão a determinado canal televisivo. Em ambos os casos, o que se verifica é o manuseamento de quantias, por vezes, bastante elevadas entre os *media* (neste caso particular a televisão) e determinadas equipas ou organizações desportivas.

Após esta breve análise, pode-se verificar que os *media*, assim como o desporto, para além de se influenciarem e ajudarem mutuamente, também se têm servido um do outro. Esta relação encontra-se bem expressa na seguinte afirmação:

“ Os meios de comunicação social, por um lado, serviram-se do desporto, por outro lado, ajudaram-no. Aproveitaram-se da actividade desportiva para aumentarem o número de receptores, dado que o desporto é do interesse destes. Segundo outra óptica, os *media* promoveram a difusão do desporto “ (Alcoba, 1987 *cit in* Ferrando, 1990:112).

Muito embora os *media* e o desporto pareçam existir separadamente um do outro, verifica-se que entre ambas as instituições existe um grau de interdependência o qual, segundo Eitzen e Sage (1993) é essencialmente financeiro. Devido à intensidade dos interesses existentes entre os *media* e o desporto, certas modalidades são levadas a alterar as suas características, a sua forma, a sua organização e regulamentação de modo a tornarem-se mais espectaculares, a atraírem mais público e a satisfazerem os interesses dos *media* (Real *cit in* Eitzen e Sage, 1993; Constantino, 1992). São vários os autores (Constantino, 1992; Eitzen e Sage, 1993; Cashmore, 1990; Ferrando, 1990) que referem o papel determinante que os *media* têm na organização de eventos desportivos, na construção das instalações desportivas, na escolha dos locais onde os eventos terão lugar, assim como nos horários das competições.

## Papéis dos *media*

De acordo com Eitzen e Sage (1993), os *media* desempenham um papel de integração social e um papel de transformação social.

a) Papel de integração social - os *media* como instituição social transmitem valores e normas próprias de determinada cultura. Segundo Lasswell (1948 *cit in* Boutilier e SanGiovanni, 1983), os *media* são os grandes responsáveis pela transmissão, de geração em geração, da herança social de uma dada cultura. Os indivíduos ao receberem as informações através dos *media* estão a ser socializados numa certa cultura. Deste modo os *media* contribuem para a integração dos indivíduos numa dada cultura.

b) Papel de transformação social — embora se afirme que os *media* são imparciais, isto é, que transmitem ou relatam os fenómenos tal como eles acontecem na realidade, verifica-se que tal não sucede. Os *media* ao noticiarem os eventos desportivos dão a sua própria interpretação do acontecimento. Isto significa que os eventos desportivos sofrem uma transformação. Segundo Hargreaves (1991), Eitzen e Sage (1993) e ainda Clarke e Clarke (1982), os *media* não se limitam a relatar o que se passa ou passou concretamente no evento desportivo. De acordo com estes autores, os *media* constroem os eventos, isto é, apresentam-nos de acordo com a sua própria interpretação. Ao efectuarem esta reinterpretação dos acontecimentos desportivos, os *media* estão a contribuir para a formação e transmissão de novos valores e de novas opiniões. De certo modo estão a moldar as percepções, os comportamentos, as atitudes e os sentimentos do público. É neste contexto que se pode afirmar que os *media* são agentes de mudança social. Contudo, os *media* não desempenham este papel em todos os domínios da vida em sociedade. No âmbito desportivo, os *media*, ainda que de um modo mais subtil do que anteriormente, continuam a reproduzir divisões em termos de géneros masculino e feminino. Para Theberge e Cronk (1984), Whannel (1983), Duncan *et al.* (1984) e Eitzen e Sage (1993), os *media*, nomeadamente a televisão e a imprensa escrita, dedicam mais tempo e espaço ao desporto masculino do que ao feminino. Isto é, continua a existir uma tendência para o desporto masculino ser mais noticiado. Embora, actualmente, exista um elevado número de mulheres envolvidas na prática desportiva, os *media* continuam a mostrar o desporto como uma área essencialmente do domínio masculino (Hargreaves, 1991).

A questão do desporto feminino e a menor atenção que lhe é dedicada por parte dos *media* quando comparado com o sector masculino não é apenas quantitativa mas também qualitativa. A televisão assim como a imprensa escrita, para além de dedicarem menos tempo, menos artigos e menos espaço ao desporto feminino do que ao desporto masculino, nem sempre tratam as mulheres atletas do mesmo modo que os seus colegas do género masculino. Estudos realizados em diversos países, apontam para o facto de o desporto feminino, assim como a mulher atleta, serem marginalizados e trivializados. Crossman *et al.* (1994) afirmam que tal situação se deve não só à pequena atenção que os *media* dedicam ao desporto feminino como também à forma como a mulher atleta é tratada e apresentada. Quer em termos fotográficos quer no tipo de linguagem utilizada, as mulheres atletas não são analisadas apenas em função das suas *performances* desportivas. Segundo Duncan (1990 *cit in* Eitzen e Sage, 1993) as fotografias de mulheres atletas, de um modo geral, dão um grande ênfase à aparência física das mesmas. Esta autora refere que a mulher atleta é muitas vezes fotografada em posições mais ousadas, mais estéticas e femininas, mais submissas e também a exibir emoções, nomeadamente, o choro. Relativamente à linguagem utilizada surgem, por vezes, comentários verbais que reforçam a desigualdade entre os géneros. Isto é, muitos dos comentários, para além de se referirem às habilidades físicas das atletas fazem, ainda, referência à aparência física e graciosidade destas desportistas. É também prática comum, através de diverso tipo de comentários, salientar o papel de esposa ou de mãe ou de namorada destas atletas (Kaplan, 1979a *cit in* Boutillier e SanGiovanni, 1983). Ainda que, actualmente, os comentadores e os repórteres estejam mais atentos e conscientes relativamente ao tipo de linguagem que devem utilizar quando se referem às mulheres atletas, Hargreaves (1991) e Duncan *et al.* (1994) referem ser ainda frequente a mulher atleta ser analisada e julgada pelos *media* em função das suas capacidades em se conformar às convencionais definições de feminilidade. A mulher atleta que não se encaixar nas tradicionais concepções de feminilidade arrisca-se a ser alvo de fortes críticas, nomeadamente a adquirir uma imagem sexual perjurativa.

Para Duncan *et al.* (1994), a pequena quantidade de notícias relativas ao desporto feminino, a forma como as mulheres atletas são fotografadas assim como a linguagem utilizada, são factores que reflectem e reforçam uma desigualdade entre os géneros masculino e feminino. George Gerbner chega mesmo a afirmar que a pequena atenção que é dedicada ao desporto feminino, na realidade significa a “aniquilação simbólica da mulher” (1978 *cit in* Boutillier e SanGiovanni, 1983:185).

O objectivo deste estudo consistiu em analisar o espaço que a imprensa nacional desportiva dedica ao desporto feminino e masculino. Foi também nosso propósito, analisar o conteúdo dos artigos, em termos de género, desta mesma imprensa.

## Metodologia

Foram analisados, ao longo de duas semanas, quatro jornais desportivos de tiragem nacional. Foram escolhidas modalidades onde as notícias relativas ao desporto feminino e masculino pudessem ser analisadas comparativamente. Isto é, modalidades onde a representatividade, dimensões e dispersões feminina e masculina sejam semelhantes. Na escolha das modalidades foi ainda levado em consideração o calendário competitivo dado que no momento da investigação nem todas as modalidades se encontravam em período competitivo, não sendo como tal objecto de notícia. Foram, então, analisados artigos respeitantes ao atletismo, andebol, natação, ténis e voleibol.

Os conteúdos de cada artigo foram classificados nas seguintes categorias:

- Masculino — quando o artigo focava a sua atenção no desporto masculino;
- Feminino — quando o artigo focava a sua atenção no desporto feminino;
- Misto — quando o artigo mencionava quer o desporto masculino quer o desporto feminino;
- Não especificado — quando o conteúdo do artigo não especificava o género.

Foi também efectuada uma análise do conteúdo das fotografias utilizando as mesmas categorias. O espaço dedicado ao desporto feminino e masculino foi determinado através do cálculo da área, em centímetros quadrados, de cada artigo. Após terem sido adicionados todos os números, foram calculadas as percentagens para cada uma das categorias. Foi também utilizado o teste do qui-quadrado.

Não foram incluídas nas análises as tabelas dos resultados.

## Apresentação e análise dos resultados

A figura 1 apresenta, em percentagem, o conteúdo dos artigos de acordo com a classificação supracitada.



Figura 1

Após a análise dos dados obtidos e a aplicação do teste qui-quadrado verificou-se existir uma diferença altamente significativa entre os artigos totalmente dedicados ao desporto masculino e os dedicados ao desporto feminino (42% e 16% respectivamente), com valor de  $\chi^2=45,95045$ ,  $p<.001$ .

O quadro 1 apresenta, em percentagem, o conteúdo das fotografias de acordo com a mesma classificação.

Quadro 1 - Conteúdo das fotografias

	Masculino	Feminino	Misto
Atletismo	13,5	10,4	0,5
Ténis	24,0	5,7	0,0
Natação	1,6	1,6	2,1
Andebol	24,5	3,1	0,0
Voleibol	7,8	5,2	0,0
Total	71,4	26,0	2,6

Após a análise do conteúdo fotográfico do desporto masculino e feminino verificou-se existir a mesma tendência observada anteriormente. Também aqui foi encontrada uma diferença altamente significativa entre a cobertura fotográfica do desporto masculino e do desporto feminino (71,4% e 26% respectivamente) com valor de  $\chi^2=39,5508$ ,  $p<.001$ .

Relativamente ao espaço dedicado ao desporto masculino e ao desporto feminino observou-se mais uma vez a mesma propensão, como se pode verificar através da análise da figura 2. <sup>[1]</sup> <sub>[UdC1]</sub>



Figura 2

A aplicação do teste qui-quadrado revelou existir uma diferença altamente significativa entre o espaço dedicado aos artigos relativos ao desporto masculino e os dedicados ao desporto feminino, com valor de qui-quadrado=13587,3,  $p < .001$ .

Também em termos de espaço fotográfico verificou-se existir, uma diferença altamente significativa entre o desporto masculino e feminino, com valor de qui-quadrado=4856,739,  $p < .001$ .

Após a análise dos dados relativos ao voleibol e ao atletismo observou-se que os artigos que mencionavam quer o desporto masculino quer o desporto feminino (categoria misto) surgiam com um valor percentual mais elevado do que os artigos que dedicavam a sua atenção somente ao desporto feminino ou ao desporto masculino (Figura 3). Contudo, após a determinação do espaço físico, verificou-se que alguns dos artigos classificados como mistos em termos de conteúdo, na realidade dedicavam mais espaço ao desporto masculino do que ao feminino (Figura 4).

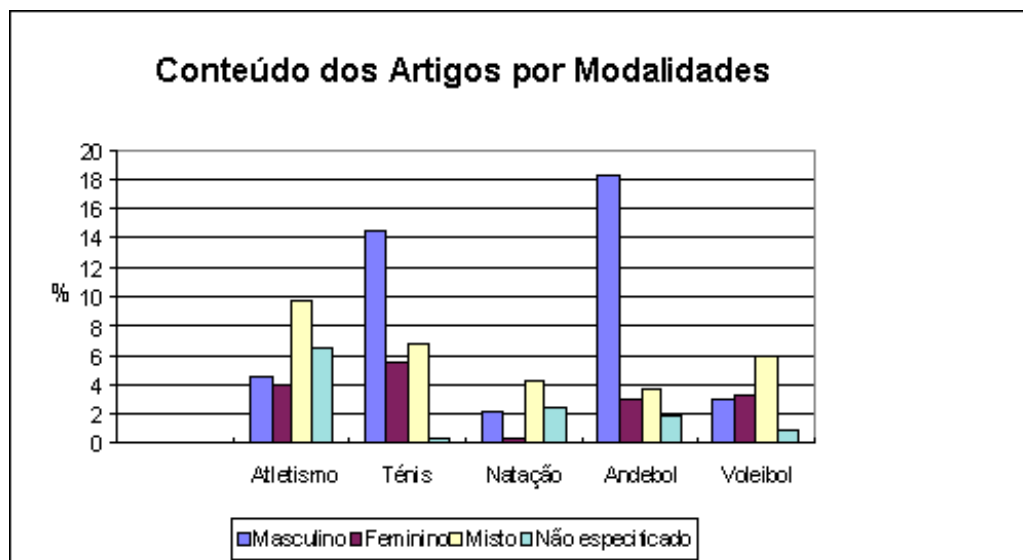


Figura 3

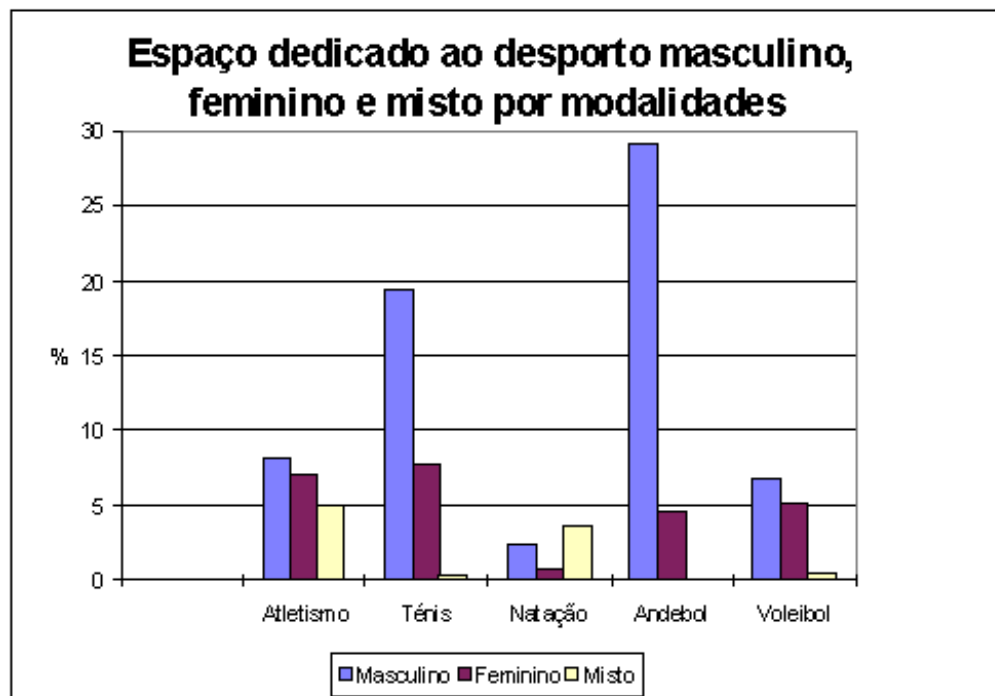


Figura 4

## Discussão e conclusões

Os resultados obtidos neste estudo são concordantes com estudos anteriormente realizados neste âmbito. Relativamente à cobertura que é efectuada pela imprensa verifica-se que quando se compara o desporto feminino com o desporto masculino este último ocupa quase sempre um lugar de maior destaque. Mais especificamente, quer em termos de conteúdo como de espaço o desporto masculino recebe constantemente mais atenção do que o desporto feminino. Crossman *et al.* (1994), num estudo realizado com o mesmo propósito obtiveram resultados similares aos aqui encontrados. Após a análise da secção desportiva de dois importantes jornais durante um período de um ano, estes autores verificaram que o espaço dedicado ao desporto masculino era aproximadamente 18 vezes superior ao espaço dedicado ao desporto feminino. Estes mesmos autores fazem, ainda, referência a diversos estudos com propósitos semelhantes aos seus e onde se assiste a esta mesma tendência. Como podemos verificar os resultados obtidos neste trabalho não escapam a esta tendência.

Relativamente à cobertura fotográfica assistimos à mesma inclinação. Também neste contexto o desporto masculino é objecto de uma maior atenção, o que parece comprovar os resultados obtidos em investigações anteriores. <sup>[2]</sup>

Os resultados obtidos, de certo modo, parecem ajudar a manter a ideia da existência de modalidades mais apropriadas para o sexo masculino do que para o sexo feminino, como é o caso do andebol. Isto é, segundo os resultados encontrados o andebol é apresentado como uma modalidade essencialmente masculina.

De acordo com os dados observados, parece existir uma tendência para apontar certas modalidades como neutras (caso da natação).

Em suma, de acordo com este estudo e outros realizados anteriormente, verifica-se que a imprensa continua a apresentar o desporto como uma área essencialmente do domínio masculino. Contudo, e ao contrário do que alguns autores defendem, pensamos que a pequena cobertura que é efectuada do desporto feminino não significa que este não existe ou que

simplesmente não tem um papel importante no mundo desportivo. <sup>[3]</sup> Embora lhe seja atribuída uma menor atenção verifica-se que, nos dias de hoje, o desporto feminino é uma realidade. Este facto é facilmente observável através do grande número de mulheres que actualmente se dedicam à prática desportiva assim como através das excelentes *performances* que têm vindo a ser atingidas por mulheres de todas as faixas etárias.

É conveniente salientar que o desporto feminino tem vindo a contribuir para a desmistificação de muitos mitos criados em torno da mulher, assim como também tem ajudado a transformar, ainda que lentamente, as relações entre os sexos e a modificar o equilíbrio de poder subjacente.

Apesar de o desporto feminino ser hoje em dia perfeitamente visível, continuamos a assistir, como se pode verificar através deste estudo, a uma certa discriminação deste por parte da imprensa. Esta disparidade existente entre a cobertura do desporto feminino e masculino poder-se-á dever ao facto de muitos dos jornalistas serem do sexo masculino. Alguns dos jornalistas, editores, chefes de redacção, conscientemente ou não, e como resultado da forma como foram educados para o desporto e como consequência de toda uma série de pressões sociais e culturais, poderão ter (uns mais do que outros) atitudes menos favoráveis em relação à mulher atleta e ao desporto feminino, o que se poderá reflectir no tipo de cobertura que é efectuada. Pensamos, no entanto, que a principal razão desta disparidade se deve a factores de natureza económica. Ao serem elaboradas as notícias, os jornalistas, editores bem como todos os outros responsáveis procuram satisfazer os interesses dos leitores, dado que isso traduzir-se-á numa maior venda de jornais, o que significa maiores lucros financeiros. Se a maioria do público que lê jornais desportivos prefere ler artigos sobre o desporto masculino, como é óbvio, os jornalistas dão aos leitores o que estes desejam. Verifica-se então, neste contexto, que as decisões sobre o que deve ser noticiado são fortemente influenciadas pelo mercado, isto é, pelos interesses financeiros. Perante este tipo de realidade o desporto feminino, assim como a mulher atleta, ficam colocados numa situação pouco favorável. Tal como Crossman *et al.* (1994), pensamos que este tipo de situação tenderá a manter-se. Isto é, o desporto feminino continuará a ser alvo de uma menor atenção por parte dos *media* pelo menos enquanto o desporto for visto como uma actividade essencialmente masculina. Somente quando os interesses do público começarem a mostrar alguns sinais de mudança, quando surgirem alterações na percepção sobre o que é o desporto ou o que este deverá ser e, ainda, apenas quando algumas alterações se introduzirem no processo de elaboração das notícias, talvez a imprensa comece a dedicar mais atenção ao desporto feminino. A inclusão de um maior número de jornalistas do sexo feminino poderá, também, contribuir para a alteração desta situação, desde que estas jornalistas não apresentem orientações sexistas similares às dos seus colegas do sexo masculino. Estas jornalistas devem sim estar cientes da disparidade existente entre a cobertura que é efectuada do desporto masculino e do feminino e, acima de tudo, estarem empenhadas em tentar modificar esta situação de desigualdade.

## Referências Bibliográficas

- BOUTILIER, M.A. E. ; SANGIOVANNI, L. (1983) *The Sporting Woman*. Champaign, IL.: Human Kinetics, pp. 183-218.
- CASHMORE, E. (1990) *Making Sense of Sport*. Londres e New York: Routledge, pp. 141-147.
- CLARKE, A. ; CLARKE, J. (1982) Highlights and Action - Ideology, Sport and the Media. In Hargreaves, J. (ed.) *Sport, Culture and Ideology*. Londres, Boston, Melbourne e Henley: Routledge e Kegan Paul, pp. 62-87.
- COAKLEY, J. (1982) *Sport in Society - Issues and Controversies*. St. Louis, Toronto e Londres: The C.V. Mosby Company, pp. 165-166.
- CONSTANTINO, J.M. (1992) O Desporto e a Comunicação Social. In *Revista Horizonte*, Vol. VIII, nº 48, pp. 203-207.
- CROSSMAN, J. *et al.* (1994) A Content Analysis of the Sports Section of Canada's National Newspaper with Respect to Gender and Professional/Amateur Status. In *International Review for the Sociology of Sport*, Vol. 29, nº 2, pp. 123-131.
- DUNCAN, M. *et al.* (1994) Gender Stereotyping in Televised Sports. In Birrell, S.; Cole, C. (ed.) *Women, Sport and Culture*. Human Kinetics, 249-272.
- EITZEN, D.S.; SAGE, G.H. (1993) *Sociology of North American Sport*. Dubuque, Indianapolis, Australia, Inglaterra: Brown e Benchmark Publishers, pp. 273-295.
- FERRANDO, M.G. (1990) *Aspectos Sociales del Deporte*. Consejo Superior de Deportes, Alianza Editorial, pp. 112-115.
- GREENDORFER, S. ; HASBROOK, C. (s/d) *Learning Experiences in Sociology of Sport*. Champaign, Illinois: Human Kinetics, pp. 121-126.
- GREENDORFER, S.; HASBROOK, C. (s/d) *Learning Experiences in Sociology of Sport*. Champaign, Illinois: Human Kinetics, pp. 121-126.
- HARGREAVES, J. (1990) *Sport, Power and Culture*. Polity Press, pp. 138-160.
- THEBERGE, N.; CRONK, A. (1994) Work Routines in Newspaper Sports Departments and the Coverage of Women's Sports. In Birrell, S.; Cole, C. (ed.) *Women, Sport and Culture*. Human Kinetics, pp. 289-298.
- WHANNEL, G. (1983) The Television Spectacular. In Whannel, G.; Tomlinson, A. (ed.) *Five Ring Circus - Money, Power and Politics at the Olympic Games*. Londres e Sydney: Pluto Press, pp. 30-43.
- VIGARELLO, G. (1993) Sport et Télévision - EPS Interroge Ignácio Ramonet. In *EPS*, nº 299, pp. 9-14.

[1]

Em termos de espaço, na categoria misto foram incluídos os artigos onde era difícil proceder-se a uma dissociação da parte do artigo

que se dedicava unicamente ao desporto feminino da parte do artigo que se dedicava apenas ao desporto masculino.

[2] Ver estudo realizado por Susan Miller (1975) citado por Boutilier e SanGiovanni (1983). Miller verificou que a proporção entre o número de fotografias de atletas femininas e o número de fotografias de atletas do sexo masculino era de 1:22.

[3] Para Birrel e Theberge (*cit in* Costa e Guthrie, 1994), a pequena cobertura do desporto feminino sugere a inexistência deste ou, que a mulher atleta não ocupa um lugar importante no mundo desportivo.

---

[UdC1]