

1. Género, feminismos e estudos sobre as mulheres

OC - (23124) - EQUIDADE DE GÉNERO NO JORNALISMO DE CLUBE: DESAFIOS E OPORTUNIDADE NA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA DA BTV

Carla Cruz (Portugal)¹; Duarte Araújo (Portugal)²; Margarida Nunes (Portugal)¹

1 - CIEG, ISCSP - ULisboa; 2 - CIPER, FMH - ULisboa

Introdução:

A comunicação estratégica promovida pelos clubes desportivos desempenha um papel fundamental na construção da sua imagem e reputação. Este estudo examina a equidade de género no contexto da comunicação estratégica da BTV, Televisão do Benfica, medindo a cobertura de modalidades femininas, a presença de mulheres jornalistas e apresentadoras do canal e a perceção de atletas e adeptos sobre estas questões.

Metodologia:

Através de uma abordagem metodológica mista fez-se um levantamento de toda a emissão da BTV ao longo de três meses: mediu-se a cobertura das modalidades, em tempo de emissão e atributos de qualidade, e avaliou-se a presença de mulheres repórteres e apresentadoras nos conteúdos e programas. A perceção de atletas e adeptos foi obtida por entrevistas e questionários, respetivamente, para conhecer as opiniões e sentimentos sobre a representação de género na comunicação estratégica do clube.

Resultados:

Na BTV, a cobertura de modalidades femininas é limitada em comparação com as masculinas e restringida a horários com menor audiência. Também as mulheres jornalistas e apresentadoras estão adstritas a programas de menor importância estratégica. A perceção de atletas e adeptos varia em função das modalidades, mas salientaram os prejuízos associados à falta de representação e equidade de género na BTV.

Discussão:

Incorporar a igualdade de género na comunicação é estratégico para os clubes desportivos. A promoção de modalidades femininas e a inclusão de mulheres jornalistas e apresentadoras aumenta, não só o interesse do público nas competições femininas, como atrai o investimento e patrocínios que beneficiarão o desenvolvimento do desporto feminino do clube.

Conclusões:

A comunicação estratégica da BTV revela uma lacuna no que diz respeito ao aproveitamento do potencial das mulheres atletas e jornalistas. Ao centrar predominantemente a sua atenção no futebol masculino, o clube perde a oportunidade de enriquecer a sua narrativa, fortalecer a sua marca e atrair novos públicos.

Palavras-chave : equidade de género; jornalismo de clube; comunicação estratégica; desafios e oportunidades; representações e perceções